

ΓΥΜΝΑΣΙΟ
ΣΧΟΛΙΚΟ ΕΤΟΣ :.....
ΜΑΘΗΜΑ : ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
ΤΑΞΗ – ΤΜΗΜΑ :.....

Γαλακτοβιομηχανία

ΕΛΓΑΛ

ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Γενικός Διευθυντής :

Δ/ντρια Προσωπικού :

Δ/ντρια Οικονομικών :

Δ/ντρια Μάρκετινγκ :

Διευθυντής πωλήσεων :

Δ/ντής Παραγωγής :

Δ/ντρια Ασφαλείας :

Δ/ντής Δημ.σχέσεων :

Δ/ντρια πληρ/κών συστ. :

Δ/ντρια Προμηθειών :

Δ/ντής Σχεδ.προϊόντων :

Δ/α έρευνας & ανάπτυξης :

Δ/τής Ποιοτ. Ελέγχου :

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ :

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΑ-ΕΝΟΤΗΤΕΣ

Σελ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο : ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1α. Ορισμός και έκκριση του γάλακτος.....	1
1β. Η ιστορία του γάλακτος.....	1
1γ. Το γάλα στην αγροτική παραγωγή και οικονομία.....	2
1δ. Η σπουδαιότητα του γάλακτος στην διατροφή μας.....	2
1ε. Τι κάνει το γάλα νόστιμο;.....	3
1στ. Ο κλάδος της γαλακτοβιομηχανίας στην Ελλάδα.....	3
1ζ. Το σήμα – η ονομασία και το σλόγκαν της επιχείρησής μας.....	5
1η. Το οργανόγραμμα της ομάδας μας.....	6
1θ. Το καρτελάκι των στελεχών της επιχείρησης.....	6
1ι. Εικόνες από την επίσκεψή μας στην γαλακτοβιομηχανία ΔΕΛΤΑ.....	7

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο : ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

2α. Στόχοι του τμήματος.....	9
2β. Η ιστορία της ΕΛΓΑΛ.....	9
2γ. Χρονοδιάγραμμα συσκέψεων μηνός Φεβρουαρίου.....	11
2δ. Έγκριση εισηγητικών προτάσεων διευθύνσεων επιχείρησης.....	12
2ε. Το όραμα της ΕΛΓΑΛ.....	13
2στ. Οι προοπτικές μας.....	13

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο : ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

3α. Οι στόχοι του τμήματος.....	16
3β. Αγγελία πρόσληψης στελέχους της επιχείρησης.....	16
3γ. Η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού μας.....	17
3δ. Το μορφωτικό επίπεδο του προσωπικού μας.....	18
3ε. Τρόποι επιλογής του προσωπικού μας.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

4α. Οι στόχοι του τμήματος.....	22
4β. Πως διαμορφώνεται η τιμή του γάλακτος.....	22
4γ. Ο τιμοκατάλογος προϊόντων 2014.....	23
4δ. Προϋπολογισμός πωλήσεων τριμήνου Ιούνιος-Αύγουστος 2014.....	24
4ε. Μελλοντικοί οικονομικοί στόχοι της επιχείρησης.....	25

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

5α. Οι στόχοι του τμήματος.....	27
5β. Σύνταξη δελτίου τύπου για την δημιουργία των νέων μας προϊόντων.....	27
5γ. Το κοινωνικό μας έργο.....	28
5δ. Χορηγίες ΕΛΓΑΛ.....	29
5ε. Περιβαλλοντικές ενέργειες ΕΛΓΑΛ.....	29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

6α. Πιέζεται αλλά αντέχει η ελληνική αγορά γάλακτος.....	32
6β. Οι στόχοι της διεύθυνσης μάρκετινγκ.....	32
6γ. Ερωτηματολόγιο έρευνας αγοράς.....	33
6δ. Αποτελέσματα έρευνας αγοράς (γραφήματα).....	35
6ε. Η πολιτική διαφήμισης της ΕΛΓΑΛ στα ΜΜΕ.....	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

7α. Η εικόνα της Ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας το 2013.....	43
7β. Το σύστημα πωλήσεων της ΕΛΓΑΛ.....	44
7γ. Αρμοδιότητες πωλητών ΕΛΓΑΛ.....	46
7δ. Υπόδειγμα τιμολογίου πωλήσεων.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

8α. Οι στόχοι του τμήματος	49
8β. Η τεχνολογία παραγωγής του παστεριωμένου γάλακτος	50
8γ. Η παραγωγή του γάλακτος και στους 3 τομείς παραγωγής	51

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

9α. Οι στόχοι του τμήματος	57
9β. Η χάρτινη συσκευασία γάλακτος	57
9γ. Πλαίσιο σχεδιασμού προϊόντος	58
9δ. Διαδικασία σχεδιασμού νέου προϊόντος	59

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10ο : ΔΙΕΥ ΘΥΝΤΡΙΑ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΣΗΣ

10α. Η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων από τις επιχειρήσεις	62
10β. Ο ιστότοπός μας – μενού «Αρχική»	64
10γ . Ο ιστότοπός μας – μενού «Το προσωπικό μας»	65
10δ . Ο ιστότοπός μας – μενού « Τα προϊόντα μας »	66
10ε . Ο ιστότοπός μας – μενού « Επικοινωνία »	67

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11ο : ΔΙΕΥ ΘΥΝΤΡΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

11α. Οι τύποι του γάλακτος και οι κατηγορίες του	69
11β. Οι στόχοι του τμήματος	70
11γ. Εισαγωγή και χρήση τεχνολογίας DNA στην ΕΛΓΑΛ	70
11δ. Το γάλα <<ψηλώνει>> -πρόσφατα αποτελέσματα έρευνας	71
11ε. Δημιουργία οικολογικού περιβάλλοντος	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12ο : ΔΙΕΥ ΘΥΝΤΡΙΑ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

12α. Οι στόχοι του τμήματος	74
12β. Ενημέρωση του προσωπικού για την υγεία και την ασφάλεια	74
12γ. Απαιτούμενη ενδυμασία για τον χώρο παραγωγής	76
12δ. Σχήματα και χρώματα στην σήμανση ασφαλείας	76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13ο : ΔΙΕΥ ΘΥΝΤΡΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

13α. Οι στόχοι του τμήματος	82
13β. Ενημέρωση για τις φάρμες που συνεργαζόμαστε	82
13γ. Από τις φάρμες στους σταθμούς συλλογής γάλακτος	83
13δ. Το σύστημα διανομής μας	84

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14ο : ΔΙΕΥ ΘΥΝΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

14α. Οι στόχοι του τμήματος	87
14β. Η θρεπτική αξία του γάλακτος	87
14γ. Συνοπτικό διάγραμμα ροής παραγωγικής διαδικασίας	89
14δ. Σύστημα ποιότητας ΕΛΓΑΛ	90
14ε. Πιστοποιητικό ποιότητας ΕΛΓΑΛ- πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 22000	92

ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε. - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο :

ΕΙΣΑΓΩΓΗ



1α. Ορισμός και έκκριση του γάλακτος.

Το γάλα (γενική: του γάλακτος), είναι θρεπτικό, λευκό ή ελαφρώς κιτρινωπό υγρό, που αποτελεί βιολογικό έκκριμα των μαστών των θηλαστικών, συμπεριλαμβανομένου του ανθρώπινου είδους, που προορίζεται για τη διατροφή των νεογνών τους. Η δια του θηλασμού απ' ευθείας μεταφορά του γάλακτος από τους μαστούς στο πεπτικό σύστημα των νεογνών αποτελεί το μικρότερο κύκλωμα παραγωγής – κατανάλωσης που σημειώνεται στη Φύση.

Η δημιουργία του γάλακτος είναι από τις πιο σύνθετες οργανικές διαδικασίες. Το νευρικό σύστημα ρυθμίζει την έκκριση των ορμονών που, με τη σειρά τους, ρυθμίζουν την έκκριση του γάλακτος:

Για να αρχίσει η έκκριση του γάλακτος, είναι απαραίτητη η παρουσία της ορμόνης προλακτίνης, καθώς και σειράς άλλων ορμονών που παράγονται βασικά από την υπόφυση. Αντίθετα, η παρουσία των οιστρογόνων εμποδίζει την έκκριση του γάλακτος και αυτό συμβαίνει στη διάρκεια της εγκυμοσύνης.

Για να διατηρηθεί η έκκριση του γάλακτος, είναι ανάγκη να επιδράσουν άλλες ορμόνες, κυρίως η σωματοτροπίνη και οι ορμόνες που παράγονται από τον εξωτερικό φλοιό των επινεφριδίων. Η επίδραση του νευρικού συστήματος στην έκκριση του γάλακτος φαίνεται πιο καθαρά στην περίπτωση του θηλασμού. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει ερέθισμα, που μεταφέρεται στον εγκέφαλο και από εκεί δίνεται η εντολή να αρχίσει η λειτουργία του ενδοκρινικού συστήματος, που τελικά θα οδηγήσει στην έκκριση του γάλακτος. Ακόμη περισσότερο κατανοητός γίνεται ο ρόλος του νευρικού συστήματος στις περιπτώσεις εκείνες που, όταν το ζώο θηλάζεται, κάποιο ερέθισμα το ενοχλεί συνεχώς, π.χ. όταν κάποιος πειράζει την αγελάδα. Στην περίπτωση αυτή, δεν υπάρχει έκκριση γάλακτος.



1β. Η ιστορία του γάλακτος.

Το γάλα χρησιμοποιείται σαν τροφή του ανθρώπου από τους προϊστορικούς χρόνους. Τα πρώτα ζώα που εξημέρωσε ο άνθρωπος ήταν τα βοοειδή μεταξύ 10.000 με 6000 π.χ. .Καθώς ήταν βασικό ιερό ζώο για τους Ινδούς .Κυρίως λατρεύτηκε από τη Βαβυλώνα και την Αίγυπτο.

Περίπου 50 φορές βρίσκουμε στην Παλαιά Διαθήκη για το γάλα και της Γης την επαγγελία, δηλαδή την Χαναού ,αναφέρεται ως η «Γη που στάζει γάλα και μέλι.»

Οι στρατιώτες του Τζέγκις Χάν (Μογγόλου Αυτοκράτορα) που κυριεύσε την Ασία και μεγάλο μέρος της Ευρώπης (13ο αιώνα μ.χ) κουβαλούσαν γάλα σε ξερή μορφή , ως μεγάλο μέρος της διατροφής τους.

Οι πρώτοι άποικοι στο Νέο Κόσμο έκαναν λάθος να μην πάρουν μαζί τους βοοειδή, με αποτέλεσμα το ποσοστό θανάτων να είναι πολύ μεγάλο κυρίως από την έλλειψη γάλακτος.

Το λάθος αναγνωρίστηκε και πάντοτε οι άποικοι ακολουθούσαν πάντοτε από αγελάδες .Μέχρι το 1850 οι άνθρωποι γνώριζαν πως το γάλα περιέχει πρωτεΐνες, ασβέστιο, λίπος και σάκχαρα. Η συστηματική μελέτη του γάλακτος πραγματοποιήθηκε κατά τα τελευταία 150 χρόνια. Οι επισταμένες επιστημονικές έρευνες αποκάλυψαν το μεγάλο αριθμό συστατικών του γάλακτος (πρωτεΐνες-ένζυμα-βιταμίνες-μέταλλα) και χωρίς αμφιβολία και άλλα συστατικά και ιδιότητες αναμένουν την αποκάλυψή τους.

1γ. Το γάλα στην αγροτική παραγωγή και οικονομία.

Σήμερα το γάλα αποτελεί έναν από τους στυλοβάτες της αγροτικής οικονομίας. Για το λόγο αυτό σχεδόν όλες οι φυλές, ιδιαίτερα των βοοειδών, έχουν βελτιωθεί για να παράγουν όσο το δυνατόν περισσότερο γάλα. Σήμερα μια αγελάδα μπορεί να παράγει το χρόνο γύρω στα 3.500 κιλά γάλα κατά μέσο όρο. Υπάρχουν φυσικά και αγελάδες που παράγουν και πάνω από 10.000 κιλά το χρόνο. Το γάλα των αγελάδων αρμένεται με αρμεκτικές μηχανές, και στέλνεται στα εργοστάσια για περαιτέρω κατεργασία.

Το γάλα, εκτός από την παρασκευή των διάφορων γαλακτοκομικών προϊόντων, έχει μεγάλη σημασία για τη βιομηχανία, γιατί χρησιμεύει σαν πρώτη ύλη παραγωγής διάφορων βιομηχανικών προϊόντων. Ιδιαίτερα πριν από λίγα χρόνια, όταν ακόμη ήταν αδύνατη η παρασκευή της καζέϊνης με χημικό τρόπο, χρησιμοποιούνταν για την παραγωγή κόλλας και συνθετικών υφασμάτων. Σήμερα η χρήση του γάλακτος για τον σκοπό αυτό έχει σημαντικά περιοριστεί. Εξακολουθεί όμως να χρησιμοποιείται ευρύτατα στη βιομηχανία καλλυντικών καθώς και στην παραγωγή χρωμάτων ζωγραφικής.

1δ. Η σπουδαιότητα του γάλακτος στην διατροφή μας.

Το γάλα εφοδιάζει τον οργανισμό με τα απαραίτητα θρεπτικά συστατικά περισσότερο από κάθε άλλη τροφή και γι' αυτό θεωρείται η πιο πλούσια τροφή της φύσης. Πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της διατροφής κάθε ανθρώπου (με ελάχιστες εξαιρέσεις ανθρώπων που παρουσιάζουν προβλήματα) γιατί μας προσφέρει ουσιώδη θρεπτικά συστατικά όπως ασβέστιο, φώσφορος, βιταμίνη D, B2, πολύτιμες πρωτεΐνες υψηλής βιολογικής αξίας, βασικά αμινοξέα όπως και βιταμίνες A και B1 (σε μικρότερη ποσότητα).

Το γάλα πριν παραδοθεί θα πρέπει να υποστεί θερμική επεξεργασία λόγω των μικροοργανισμών που εισχωρούν κατά τη διάρκεια της μεταφοράς και πολλές φορές είναι τοξικοί. Περνάει από 2 θερμικές επεξεργασίες :την παστερίωση και την αποστείρωση.

Με την παστερίωση καταστρέφονται οι περισσότεροι μη παθογόνοι μικροοργανισμοί και οι λίγοι που απομένουν είναι ακίνδυνοι για τον άνθρωπο και δεν αναπτύσσονται στη θερμοκρασία του ψυγείου όπου διατηρείται στη συνέχεια.

Αντίθετα με την αποστείρωση καταστρέφονται και παθογόνοι και μη μικροοργανισμοί καθώς και το σύνολο των σπορίων τους. Το αποτέλεσμα της αποστείρωσης είναι το γάλα να διατηρείται έως και 6 μήνες εκτός ψυγείου χωρίς να υπάρχει κίνδυνος στην κατανάλωσή του.

Οι θερμικές επεξεργασίες όμως μπορεί να μειώσουν τη θρεπτική αξία του γάλακτος. Η παστερίωση δεν μειώνει τόσο τη θρεπτική του αξία. Η αποστείρωση από την άλλη σε υπερύψηλες θερμοκρασίες καταστρέφει κάποια σημαντικά συστατικά του όπως το φολικό και το ασκορβικό οξύ, τη βιταμίνη B12, τη θειαμίνη κα. Η μεγάλη διάρκεια αποστείρωσης του γάλακτος προκαλεί έλλειψη και σε άλλα συστατικά (βιταμίνες B6 και A και σε μικρότερο βαθμό τη βιταμίνη B12) και «χαλάει» τη γεύση του προσδίδοντας μια μυρωδιά ψημένου.

Το γάλα εβαπορέ έχει λιγότερη θρεπτική αξία λόγω της μεγάλης θερμικής επεξεργασία που έχει υποστεί (κι έτσι καταστρέφεται η λυσίνη -απαραίτητο για τον άνθρωπο αμινοξύ) .

Το παστεριωμένο γάλα είναι το καταλληλότερο για κατανάλωση διότι εκεί έχουν απομείνει τα περισσότερα θρεπτικά συστατικά .Οι έλληνες όμως προτιμούν το εβαπορέ. Αν λοιπόν οι έλληνες στραφούν στην κατανάλωση του παστεριωμένου γάλακτος, αυτό θα ωφελήσει όχι μόνο την υγεία τους, αλλά και την ελληνική κτηνοτροφία.

(Το 1994 το παστεριωμένο γάλα καταναλωνόταν από το 57,2% των ελλήνων, το εβαπορέ από το 38,6% και το γάλα μακράς διάρκειας από το 4,3%).

1ε. Τι κάνει το γάλα νόστιμο;

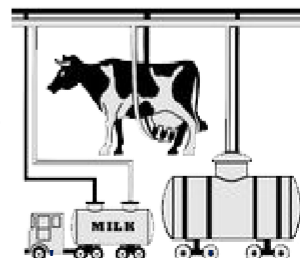
Αν η γεύση του γάλατος είναι νόστιμη εξαρτάται από το ποσοστό και το είδος του λίπους που περιέχει, το οποίο με τη σειρά του εξαρτάται από το πώς ζει η αγελάδα που το παράγει.

Αν μια αγελάδα τρώει μονότονα την ίδια τροφή θα παράγει περισσότερο άνοστο γάλα από αυτή που μπορεί να <δοκιμάζει> αρωματικά χόρτα. Επίσης ρόλο στη γεύση του γάλακτος παίζει και ο τρόπος παστερίωσης. Η επεξεργασία σε πολύ υψηλές θερμοκρασίες αλλοιώνει τη δομή των πρωτεϊνών του γάλακτος και κατά συνέπεια και τη γεύση του.

1στ. Ο κλάδος της γαλακτοβιομηχανίας στην Ελλάδα

Γενικά: Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων κατέχει σημαντική θέση στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων, καθώς περιλαμβάνει μερικές από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες ειδών διατροφής της χώρας, οι οποίες δαπανούν σημαντικά κονδύλια για νέες επενδύσεις και εκσυγχρονισμό των ήδη υφιστάμενων μονάδων τους. Στον εξεταζόμενο κλάδο δραστηριοποιείται σημαντικός αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων, οι περισσότερες των οποίων είναι μικρού μεγέθους με χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα.

Οι μεγάλες βιομηχανίες διαθέτουν σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, οργανωμένο δίκτυο διανομής και προσφέρουν στην αγορά ποικιλία προϊόντων. Αντίθετα, οι μικρές παραγωγικές μονάδες εξαιτίας της έλλειψης πόρων αλλά και γενικότερων δυσχερειών που αντιμετωπίζουν, λειτουργούν σε περιορισμένη κλίμακα και καλύπτουν κυρίως την γεωγραφική περιοχή στην οποία δραστηριοποιούνται. Ο κλάδος



συμπληρώνεται από έναν αξιόλογο αριθμό εταιριών, οι οποίες πραγματοποιούν εισαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων και εντάσσονται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής. Βασικό σημείο αναφοράς του κλάδου είναι το γεγονός ότι το σύνολο της εγχώριας πρωτογενούς παραγωγής αγελαδινού γάλακτος καθορίζεται από το καθεστώς των ποσοστώσεων. - Ζήτηση στον κλάδο Τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν βασικό είδος διατροφής και η ζήτηση τους παρουσιάζει σχετικά χαμηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το διαθέσιμο εισόδημα. Η στροφή των καταναλωτών σε υγιεινότερους τρόπους διατροφής, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και του διαθέσιμου εισοδήματος ενίσχυσαν την συνολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων και ειδικότερα των προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας. Παρατηρείται αύξηση της ζήτησης ορισμένων προϊόντων όπως για παράδειγμα το φρέσκο γάλα και το γιαούρτι, καθώς και των προϊόντων με χαμηλότερα λιπαρά. - Προσφορά στον κλάδο Η διάρθρωση της εγχώριας αγοράς, περιλαμβάνει ορισμένες μεγάλου μεγέθους βιομηχανικές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και ένα μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων παραγωγικών μονάδων, οι οποίες καλύπτουν κυρίως τις ανάγκες της τοπικής αγοράς στην οποία εντάσσονται. Οι πρώτες έχουν δημιουργήσει σύγχρονες παραγωγικές μονάδες και παράλληλα οργανωμένο και ευρύτατο δίκτυο διανομής, μέσω του οποίου διαθέτουν τα προϊόντα τους σε ολόκληρη σχεδόν την ελληνική επικράτεια, ενώ αντίθετα οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, λόγω περιορισμένων δυνατοτήτων διαθέτουν χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα. Εκτός από τον παραγωγικό τομέα, ο κλάδος περιλαμβάνει αρκετές μεγάλες εισαγωγικές εταιρίες οι οποίες δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής και διαθέτουν κυρίως «επώνυμα» γαλακτοκομικά προϊόντα. Αρκετές από αυτές καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής αγοράς γαλακτοκομικών, κυρίως γάλακτος εβαπορέ και μακράς διάρκειας, βουτύρου και κρέμα γάλακτος, ενώ ορισμένες διατηρούν άμεσες ή και έμμεσες σχέσεις με πολυεθνικές εταιρίες του κλάδου. Με την

εισαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων ασχολούνται και ορισμένες παραγωγικές εταιρίες με σκοπό τον εμπλουτισμό της γκάμας των προσφερόμενων προϊόντων. Δεδομένου ότι ο κλάδος παρουσιάζει σημαντική ανομοιογένεια μεταξύ των εταιριών, στην αλυσίδα της διανομής των προϊόντων εμπλέκονται τοπικοί αντιπρόσωποι, καθώς και επιχειρήσεις διανομών με τοπικά ή ευρύτερα δίκτυα διανομής. Η διάθεση των εξεταζόμενων προϊόντων γίνεται κυρίως μέσω των σούπερ μάρκετ, καθώς και μικρών σημείων πώλησης (περίπτερα, φούρνοι, ζαχαροπλαστεία, παντοπωλεία, κτλ). Η σημαντική ανάπτυξη των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ εντείνει τον υφιστάμενο ανταγωνισμό σε επίπεδο εμπορίου. Τα εγχώρια παραγόμενα προϊόντα κατέχουν σημαντική θέση στην συνολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, ενώ οι εξαγωγές διαμορφώνονται σε χαμηλά επίπεδα. Οι εισαγωγές, σε ορισμένες μόνο κατηγορίες προϊόντων, καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης ενώ σημαντικό μέρος αυτών προορίζεται για επαγγελματική χρήση.

Προοπτικές του κλάδου:



Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων, αναπτύσσεται τάχιστα τις τελευταίες δεκαετίες και έχει οδηγήσει στην επίτευξη υψηλού παραγωγικού δυναμικού, καθώς και στην επέκταση του εύρους των προϊόντων του. Στον παραγωγικό τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, η εγχώρια αγορά χαρακτηρίζεται από ευρεία διασπορά, με την ύπαρξη μεγάλου αριθμού μικρομεσαίων κυρίως επιχειρήσεων (οι περισσότερες τοπικής εμβέλειας), καθώς και ορισμένων μεγάλων βιομηχανιών. Οι μεγάλες παραγωγικές μονάδες καλύπτουν σημαντικό μέρος της εγχώριας αγοράς (κατανάλωσης). Πρόκειται για μονάδες οι

οποίες διαθέτουν σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό τον οποίο ανανεώνουν διαθέτοντας σημαντικά κονδύλια για επενδύσεις, εφαρμόζουν σύγχρονες μεθόδους διοίκησης, ενώ μέσω των μεθόδων προώθησης που εφαρμόζουν και του οργανωμένου και ευρύτατου δικτύου διανομής τους, έχουν κατορθώσει να καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής επικράτειας. Σημειώνεται ότι, οι μεγάλες επιχειρήσεις ακολουθούν στην παραγωγική τους διαδικασία σύγχρονα πρότυπα διασφάλισης ποιότητας (HACCP, ISO). Εκτός από τον παραγωγικό τομέα, ο κλάδος περιλαμβάνει ένα αξιόλογο πλήθος μεγάλων εισαγωγικών εταιριών, οι οποίες κατέχουν ανάλογη θέση στην εγχώρια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων. Ορισμένες δε απ' αυτές βρίσκονται σε άμεση ή έμμεση σχέση με πολυεθνικές εταιρείες. Στον εισαγωγικό τομέα εντάσσονται και αρκετές μικρότερου μεγέθους εταιρείες που πραγματοποιούν εισαγωγές στα εξεταζόμενα είδη. Επισημαίνεται ότι σημαντικό μέρος των εισαγωγών αφορούν προϊόντα που προορίζονται για επαγγελματική χρήση (επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, catering), ενώ εισαγωγές πραγματοποιούν και αρκετές παραγωγικές εταιρείες, κυρίως μεγάλου μεγέθους, με σκοπό τον εμπλουτισμό της σειράς των προϊόντων τους. (Ακολουθούν τα βασικά συμπεράσματα της μελέτης παρουσιασμένα βάσει του υποδείγματος των πέντε δυνάμεων του Porter.

Είσοδος Νέων Ανταγωνιστών:

Η είσοδος μιας νέας επιχείρησης στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων δεν θεωρείται ιδιαίτερα δύσκολη. Τα όποια εμπόδια υπάρχουν καθορίζονται ουσιαστικά από τον ανταγωνισμό. Για την επιτυχή εκκίνηση μιας νέας παραγωγικής εταιρείας απαιτούνται η προσεκτική επιλογή προμηθευτών της πρώτης ύλης που είναι το γάλα, η επένδυση σε κατάλληλες εγκαταστάσεις και ανάλογο μηχανολογικό εξοπλισμό αλλά και η τήρηση των κανόνων υγιεινής που προβλέπονται από το θεσμικό πλαίσιο. Όσον αφορά στον εισαγωγικό τομέα, μια νεοεισερχόμενη επιχείρηση πρέπει να ανταγωνιστεί κυρίως τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα αλλά, ως ένα βαθμό και τα καθιερωμένα εισαγόμενα εμπορικά σήματα. Σαφώς, για οποιαδήποτε επιχείρηση απαιτούνται και υψηλές δαπάνες για προώθηση και οργάνωση του δικτύου διανομής. Χαμηλότερα ίσως εμπόδια αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις που εισάγουν γαλακτοκομικά προϊόντα κυρίως για επαγγελματική χρήση. (

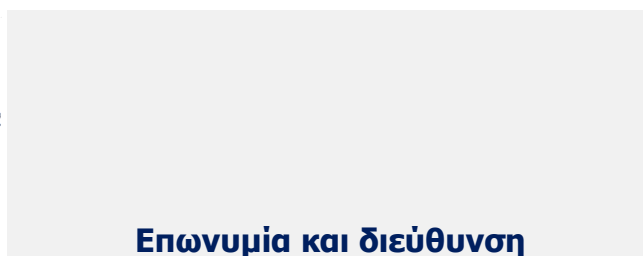
Κίνδυνοι από Υποκατάστατα Προϊόντα ή Υπηρεσίες:

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα αυτά καθ' αυτά δεν απειλούνται από άλλα υποκατάστατα, καθώς αποτελούν σταθερή αξία στην καθημερινή διατροφή του ελληνικού καταναλωτικού κοινού. Περαιτέρω, ορισμένα από τα προϊόντα αυτά, μπορούν ευκολότερα να υποκατασταθούν από άλλα του ίδιου κλάδου, μετατοπίζοντας έτσι τη ζήτηση από ένα είδος γάλακτος σε κάποιο άλλο. Παρ' όλα αυτά, υποκατάστατα για ορισμένες κατηγορίες γαλάτων αποτελούν τα αναπληρώματα ή και άλλοι τύποι γάλακτος (light, σόγια, συμπλήρωμα πρωτεΐνης γάλακτος), που έχουν όμως σαν βάση τα φυτικά λίπη. Επίσης, με την ευρύτερη έννοια υποκατάστατα μπορούν να θεωρηθούν άλλα συμπληρωματικά προϊόντα διατροφής, όπως τα γαλακτοκομικά προϊόντα ή άλλου είδους σνακ κ.λπ..

1ζ. Το σήμα – η ονομασία και το σλόγκαν της επιχείρησής μας.



Το σήμα μας

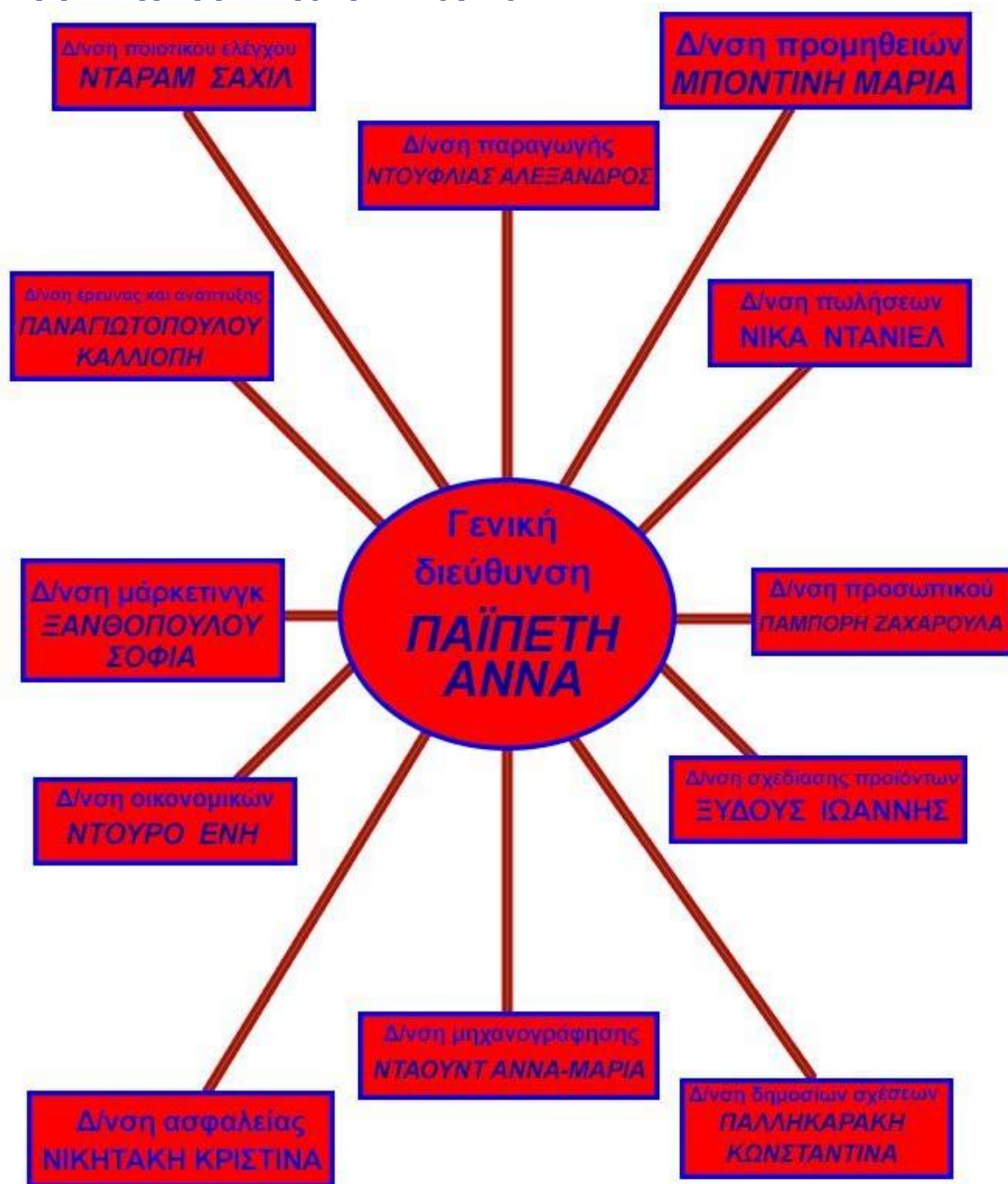


Επωνυμία και διεύθυνση

Με ελληνικό γούστο

Το σλόγκαν μας

1η. Το οργανόγραμμα της ομάδας μας



10. Το καρτελάκι των στελεχών της επιχείρησής μας.



1κ. Εικόνες από την επίσκεψή μας στην γαλακτοβιομηχανία ΔΕΛΤΑ



Η επίσκεψη ξεκίνησε με την ενημέρωση των μαθητών στην αίθουσα διαλέξεων της επιχείρησης για πάρα πολλά θέματα σχετικά με την λειτουργία της. Την επιμελήθηκε η τεχνολόγος τροφίμων κ.Καρρά.



Προετοιμασία των μελών της ομάδας για την είσοδο τους στους εργοστασιακούς χώρους



Για την περιήγηση στους εργοστασιακούς χώρους, απαιτείται η κατάλληλη ενδυμασία που παρατηρούμε στην εικόνα, για λόγους καθαριότητας και αφάλειας των προϊόντων



Ομοίωμα αγελάδας-2ο, από την χορηγία της ΔΕΛΤΑ, για την περίοδο που η Αθήνα ήταν πολιτιστική πρωτεύουσα της Ευρώπης.



Όχημα διανομής του γάλακτος που χρησιμοποιείται προ 40-45 ετών και βρίσκεται στην είσοδο του χώρου παραγωγής



Η δώρη ξενάγηση έχει ολοκληρωθεί και τα μέλη της ομάδας φωτογραφίζονται λίγο πριν την αναχώρησή τους από την επιχείρηση κρατώντας τα αναμνηστικά δώρα που τους προσφέρθηκαν. Στο αριστερό άκρο διακρίνεται η κ.Καρρά, υπεύθυνη της πολύ αναλυτικής και ξεχωριστής ξενάγησης.



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο :

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ



2α. Οι στόχοι του τμήματος

Οι στόχοι της γενικής διεύθυνσης για το 2013 είναι οι εξής :



Σχεδιάζει τη **στρατηγική της επιχείρησης**, δηλαδή καθορίζει τους μακροχρόνιους στόχους και καταγράφει τις απαιτούμενες ενέργειες για την επίτευξη τους (αύξηση πωλήσεων με διεύρυνση του δικτύου και στο εξωτερικό, εκπαίδευση πωλητών, διαφήμιση σε ξένα ΜΜΕ κ.λπ.).



Είναι υπεύθυνος για την **υλοποίηση των στόχων** της εταιρείας.



Καθορίζει τις **δραστηριότητες της επιχείρησης** μετά από τις εισηγήσεις των υπευθύνων των διαφόρων τμημάτων της εταιρείας.



Καθορίζει με σαφήνεια τους **στόχους κάθε τμήματος** και ελέγχει τις διαδικασίες για την επιτυχία τους, με προκαθορισμένα κριτήρια. Για το λόγο αυτό, συνεδριάζει με τους υπευθύνους των διαφόρων τμημάτων και εξετάζει την πρόοδο και τα προβλήματα του κάθε τμήματος, με στόχο την αντιμετώπισή τους.



Σε συνεργασία με τους υπεύθυνους των διαφόρων τμημάτων καθορίζει **χρονοδιάγραμμα εργασιών** (έρευνα αγοράς, προμήθεια και συντήρηση μηχανημάτων, οργάνωση πωλήσεων κ.ά.) και μεριμνεί για την τήρησή του.



Καθορίζει τα **κριτήρια αξιολόγησης** και τα οφέλη (πριμ) αποδοτικότητας για κάθε τμήμα, έτσι ώστε να δημιουργούνται κίνητρα παραγωγικότητας για τους εργαζόμενους.



Ενημερώνει το **Διοικητικό Συμβούλιο** για την πρόοδο της εταιρείας και μεταφέρει τις αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου στους Διευθυντές και τους εργαζόμενους της επιχείρησης, ώστε να προσδιοριστούν οι ενέργειες που απαιτούνται για την υλοποίηση των στόχων.



Ενημερώνεται για τις **εξελίξεις** που διαγράφονται στην τοπική και διεθνή αγορά (τεχνολογικές - οικονομικές - επιχειρηματικές).



Αντιπροσωπεύει την εταιρεία σε εκδηλώσεις και την **εκπροσωπεί** υπογράφοντας τα επίσημα έγγραφα της, δηλαδή συμφωνίες (με τράπεζες, εμπόρους, προμηθευτές, πελάτες κ.λπ.) και συμβόλαια για αγοροπωλησία ή ενοικιάσεις εξοπλισμού, ακινήτων κ.ά.

2β. Η ιστορία της ΕΛΓΑΛ

Η ιστορία της ΕΛΓΑΛ ξεκινά από το 1988 έως και σήμερα (2014) !!

1988: Ο Ε.Χριστοφόρου οραματίστηκε τη έναρξη της εταιρίας και ξεκίνησε την υλοποίηση της δημιουργώντας μία εκτεταμένη αλλά μικρής παραγωγής φάρμα η οποία μπορούσε να πουλά τα προϊόντα της , γάλα κυρίως , στην ευρύτερη περιοχή και όχι πιο μακριά.

1990 : Γίνεται μια δωρεά στην επιχείρηση η οποία καταφέρνει να την αναβαθμίσει πλήρως . Δημιουργείται μια ικανοποιητική μονάδα εργοστασίου που λόγω της μεγάλης παραγωγής



καταφέρνει να ανοίξει και ένα παράρτημα .

1994 : Η επιχείρηση έχει ανοδική πορεία πλέον εμπορεύονται από την εταιρία μας αν όχι οι περισσότερες χώρες των Βαλκανίων καθώς έχουμε ήδη 16 μονάδες διασκορπισμένες σε όλη την Ελλάδα .Επίσης πλέον έχουμε κυκλοφορήσει ένα νέο είδος γάλακτος με λιγότερα λιπαρά.

1996: Ξεκινούν διαπραγματεύσεις για συγχώνευση της εταιρίας μας με την ΓΑΛ.ΕΛΛΑΣ η οποία είναι μια επιχείρηση παρόμοιας πορείας με την δική μας .



1998: Ενώθηκαν πλέον οι εταιρίες ! 18 Φεβρουαρίου 1998

2001 : Η πρώτη περίοδος συγχώνευσης ήταν δύσκολες μέχρι να βρεθεί ο ρυθμός που πρέπει να ακολουθήσουμε ,αλλά πλέον η πορεία της επιχείρησης είναι ανοδική και η παραγωγή μεγαλύτερη από ότι πριν .



2003 : Από φέτος κυκλοφορεί ένα νέο είδος γάλακτος ,σοκολατούχο , που από ότι διαπιστώθηκε έχει μεγάλη ζήτηση από το κοινό .

2005: Ξεκινάμε την παραγωγή γάλακτος με 0% λιπαρά , καθώς και την παραγωγή βρεφικού γάλακτος .



2007: Από έρευνα αγοράς διαπιστώσαμε ότι το 69% των παιδιών πίνουν σοκολατούχο γάλα , 34% προτιμούν το πλήρες γάλα και 55% προτιμούν το ημίπαχο γάλα και 11% προτιμούν το άπαχο γάλα.



2010: Αυξάνουμε την παραγωγή του βρεφικού γάλακτος καθώς ανακαλύψαμε ότι το 50% των πωλήσεων μας οφείλεται στο βρεφικό γάλα.

2012: Πλέον δημιουργήσαμε 3 παραρτήματα στη Βόρεια Ευρώπη που ελπίζουμε να αυξηθούν καθώς το γάλα μας έχει μεγάλη ζήτηση στη Γερμανία .

2γ. Χρονοδιάγραμμα συσκέψεων μηνός Φεβρουαρίου

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ ΤΜΗΜΑΤΩΝ	ΘΕΜΑ ΣΥΣΚΕΨΕΩΝ
10/02/2014	Τεχνική Διευθύντρια (Μποντίνη Μαρία)	Αποφάσεις σχετικά με την αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και την βελτίωση της απόδοσης των επενδύσεων .
11/02/2014	Διευθυντής Πωλήσεων (Νίκα Ντανιέλ)	Θέματα για τον καθορισμό των στόχων των πωλήσεων.
12/02/2014	Διευθύντρια Ασφαλείας (Νικητάκη Κριστίνα)	Θέματα ασφαλείας για το προσωπικό και ενημέρωση του για τις αποφάσεις.
13/02/2014	Διευθύντρια Μηχανογράφησης (Νταούντ Άννα Μαρία)	Αποφάσεις σχετικά την ανανέωση της ιστοσελίδας.
18/02/2014	Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου (Νταράμ Σαχίλ)	Θέματα για την ποιότητα των προϊόντων και την βελτίωση της.
19/02/2014	Διευθύντρια Οικονομικών (Ντούρο Ένη)	Αποφάσεις σχετικά με τις τιμές των νέων προϊόντων που πρόκειται να κυκλοφορήσουν.
20/02/2014	Διευθυντής Παραγωγής (Ντούφλιας Αλέξανδρος)	Αποφάσεις για την λειτουργία των μηχανών και την τήρηση των προγραμμάτων παραγωγής .

21/02/2014	Διευθύντρια Μάρκετινγκ (Ξανθοπούλου Σοφία)	Αποφάσεις σχετικά με τα διαφημιστικά των νέων τύπων γάλακτος .
22/02/2014	Διευθυντής σχεδίασης Προϊόντος (Ξυδούς Γιάννης)	Θέματα για το εξωτερικό των συσκευασιών .
26/02/2014	Διευθύντρια Δημοσίων Σχέσεων (Παλληκαράκη Κωνσταντίνα)	Αποφάσεις για την επικοινωνία των πελατών ,των καταναλωτών ,των μετόχων και των προμηθευτών .
27 /02/2014	Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού (Πάμπορη Ζαχαρούλα)	Αποφάσεις για προσλήψεις ή απολύσεις προσωπικού .
28/02/2014	Διευθύντρια Έρευνας και Ανάπτυξης (Παναγιωτοπούλου Καλλιόπη)	Θέματα για την ανακάλυψη νέων μεθόδων παραγωγής ή την διόρθωση αυτών που υπάρχουν ήδη .

2δ. Έγκριση εισηγητικών προτάσεων διευθύνσεων επιχείρησης

Προς Δ/νση προσωπικού και δ/νση μάρκετινγκ και πωλήσεων

Αγαπητοί συνεργάτες κ. Πάμπορη , κ. Ξανθοπούλου & κ.Νίκα

Η εισήγησή σας για πρόσληψη 8 πωλητών στο τμήμα μάρκετινγκ για την έναρξη της θερινής περιόδου γίνεται αποδεκτή .Η ημερομηνία πρόσληψης ορίζεται η 3 Μαρτίου 2014 . Η περίοδος εγκυρότητας του προσωπικού όσον αφορά την αποδοτικότητα τους θα οριστεί από τον 1ο μήνα εργασίας τους .

Προς Δ/νση σχεδίασης προϊόντος και δ/νση οικονομικών

Αγαπητοί συνεργάτες κ. Ξυδού & κ. Ντούρο

Η εισήγησή σας για σχεδίαση 2 νέων προϊόντων στις τιμές που προτείνετε σε συνεννόηση με τον διευθυντή παραγωγής , κ. Ντούφλια γίνεται αποδεκτή ως έχει. Ημερομηνία εκκίνησης της παραγωγής τους ορίζεται η 7 Μαρτίου 2014 .

Προς Δ/νση Μηχανογράφησης

Αγαπητή συνεργάτιδα κ. Νταούντ

Η εισήγησή σας για την ένταξη μενού επικοινωνίας με τους πελάτες μας στην ιστοσελίδα μας γίνεται δεκτή . Έχετε την άδεια της διεύθυνσης για να ξεκινήσετε την δημιουργία της και μπορείτε να συνεργαστείτε με τους διευθυντές άλλων τμημάτων για να ενημερώνετε το κοινό για νέα προϊόντα , τιμές , παραρτήματα , καταστήματα κλπ.

2ε. Το όραμα της ΕΛΓΑΛ

Το όραμα της εταιρίας μας αποτελείται από τα εξής :

- ⇒ Να ενδυναμώσει την ηγεμονική θέση της στην Ελλάδα , και αργότερα στα Βαλκάνια , μέσω επενδύσεων σε σωστούς τομείς και εκμετάλλευσης ευκαιριών επίσης σε σωστούς τομείς
- ⇒ Να επωφεληθεί η μέση διατροφή των καταναλωτών της Ελλάδας , των Βαλκανίων αλλά αργότερα και των επόμενων χωρών τον οποίων πρόκειται να επεκταθούμε (μερικές από αυτές είναι στην βόρεια Ευρώπη καθώς και οι μεσογειακές χώρες Ιταλία και Ισπανία με τις οποίες λόγω Μεσογείου έχουμε ενωθεί συμμαχικά και στο παρελθόν και αναμένεται να λειτουργήσουμε το ίδιο αποτελεσματικά)



- ⇒ Να αποκτήσει ηγετική θέση στην περιοχή Τ.Ε.Ε., διατηρώντας την αναγνωρισμένη πορεία ανάπτυξης, καινοτομίας και ποιότητας.
- ⇒ Δημιουργία παραρτημάτων σε πάνω από 54 προκαθορισμένες περιοχές της Ελλάδας και πάνω από 43 επίσης προκαθορισμένων περιοχών σε χώρες της Ευρώπης , με αποτέλεσμα να επεκτείνει την ηγεμονική θέση της .

2στ. Οι προοπτικές μας

Οι στρατηγικοί στόχοι της εταιρίας είναι :

- ✓ Διατήρηση της ήδη ηγετικής θέσης στην αγορά γάλακτος στην Ελλάδα, με νέα καινοτόμα προϊόντα και φυσικά προσπαθούμε να δημιουργήσουμε και ανώτατη ηγετική θέση στα Βαλκάνια.

- ✓ Διατήρηση της ηγετικής της θέσης στην ποιότητα γάλακτος, θέτοντας τα πρότυπα μέτρα στα προϊόντα, υπηρεσίες, αξίες και διαθεσιμότητα, κερδίζοντας έτσι την εμπιστοσύνη της υψηλότερης ποιότητας.
- ✓ Συνεχής βελτίωση του βασικού προϊόντος της εταιρίας, όσον αφορά το φρέσκο γάλα όπως πωλείται αλλά και ως υλικό βάσης για την δημιουργία γιαούρτης στο μέλλον.
- ✓ Επέκταση σε νέες τεχνολογίες.
- ✓ Ενδυνάμωση της παρουσίας στις αγορές της Ιταλίας και της Ισπανίας , όπου έχουν ήδη πραγματοποιηθεί εξαγορές.
Επέκταση μέσω εξαγορών σε χώρες της Νοτιοκεντρικής Ευρώπης



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ



3α. Οι στόχοι του τμήματος



Είναι εκείνος που εξασφαλίζει το **κατάλληλο προσωπικό** για τη λειτουργία της επιχείρησης, ανάλογα με τις ανάγκες της (προσλήψεις- απολύσεις).



Η **πρόσληψη προσωπικού** είναι μία από τις βασικές αρμοδιότητες του υπεύθυνου προσωπικού. Αφού καθοριστούν οι ανάγκες της επιχείρησης σε προσωπικό και περιγράφουν τα στοιχεία των θέσεων, καθορίζονται τα προσόντα των υποψήφιων και αναζητούνται οι κατάλληλοι άνθρωποι μέσα από αγγελίες στον Τύπο, από γραφεία εύρεσης εργασίας, αναγγελίες στις ιστοσελίδες της επιχείρησης. Οι υποψήφιοι αξιολογούνται ως προς τα προσόντα τους και γίνονται οι προσλήψεις (σημαντικό ρόλο στην επιλογή τους παίζει η προσωπική συνέντευξη των υποψηφίων).



Σχεδιάζει και ενημερώνει τα διαγράμματα οργάνωσης προσωπικού (**οργανογράμματα**) στα οποία απεικονίζεται η θέση κάθε εργαζόμενου στην επιχείρηση.



Το τμήμα προσωπικού διατηρεί τους **ατομικούς φακέλους** των εργαζομένων με τα προσωπικά τους στοιχεία και δημιουργεί βάση δεδομένων σε ηλεκτρονική μορφή. Μεριμνά επίσης για την ασφάλιση, τις άδειες, τις απουσίες και τις υπηρεσιακές μεταβολές κ.λπ., εφαρμόζοντας την εργατική νομοθεσία. Εξετάζει και επιλύει προβλήματα των εργαζομένων.



Συνεργάζεται στενά με τα υπόλοιπα τμήματα για τον καθορισμό των αποδοχών των εργαζομένων (ανάλογα με την εργασία που εκτελούν), καθώς και για την προαγωγή και την εξέλιξη τους σε ανώτερες θέσεις, με βάση τα κριτήρια που έχει θέσει η επιχείρηση.



Σχεδιάζει ένα **σύστημα ελέγχου εργασίας** και απόδοσης του εργαζόμενου, η οποία είναι μια ιδιαίτερη λεπτή και πολύπλοκη διαδικασία, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις που χρησιμοποιείται υψηλή τεχνολογία.

3β. Αγγελία πρόσληψης στελέχους της επιχείρησης

Ζητείται **ΤΕΧΝΟΛΟΓΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ** από επιχείρηση ΕΛΓΑΛ:

Περιοχή: Βοιωτία / Σχέση απασχόλησης: Πλήρης απασχόλησης / Θέση Προϊσταμένου: Όχι /
Κατηγορία: Τομέας Παραγωγής / Ελάχιστη Απαιτούμενη Εκπαίδευση: ΤΕΙ η ΑΕΙ /
Απαιτούμενη προϋπηρεσία: Τουλάχιστον 2έτη

Στοιχεία Επικοινωνίας : Αποστολή βιογραφικού στο info@elgal.gr

Περιγραφή θέσης :

Η εταιρεία είναι μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες παραγωγής και εμπορίας γάλακτος της Ελλάδας με υψηλές πωλήσεις στην Ελληνική Αγορά καθώς και με μεγάλο όγκο εξαγωγών.

Ρόλος:

- Ασχολείται με τον έλεγχο και την βελτίωση της ποιότητας των τροφίμων σε όλα τα στάδια(της διαδικασίας παραγωγής, συσκευασίας, αποθήκευσης, μεταφοράς κλ.)
- Εποπτεύει τον χειρισμό των μηχανημάτων βιομηχανικής επεξεργασίας και συσκευασίας των τροφίμων και επιθεωρεί τους χώρους παραγωγής και τυποποίησης.
- Είναι ο ειδικός που μελετά τους τρόπους και τα μέσα συσκευασίας των τροφίμων, προκειμένου να αυξηθεί το διάστημα συντήρησής του.

Απαιτούμενα προσόντα:

- Πτυχιούχος Τ.Ε.Ι
- Άριστη γνώση όλων των διαδικασιών ISO & HACCP που εφαρμόζουν οι βιομηχανίες τροφίμων

- Εμπειρία στην οργάνωση και εφαρμογή νέων μεθόδων παραγωγής
- Ζετής σχετική επαγγελματική εμπειρία αποκλειστικά από παραγωγική βιομηχανία τροφίμων

- Από 28 έως 40 ετών
- Καλή γνώση αγγλικών
- Απαραίτητη γνώση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή

Επιθυμητές δεξιότητες:

- Ακρίβεια και προσοχή στην λεπτομέρεια
- Δυνατότητα μάθησης και εκπαίδευσης
- Αυτονομία και πρωτοβουλία στην εργασία
- Ανάληψη ευθυνών και αποφάσεων

3γ. Η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού μας

Η ΕΛΓΑΛ στηρίζεται στους 1.500 εργαζομένους της και αναπτύσσεται χάρη σ' αυτούς. Η τεχνογνωσία, η καινοτομική δράση και η σταθερή πορεία της οφείλεται στις ικανότητες των ανθρώπων της, στο μεράκι τους και την αφοσίωσή τους στην εταιρία. Ο μέσος όρος του χρόνου παραμονής των ανθρώπων μας στις εταιρίες του Ομίλου, αποδεικνύει την πίστη και την αγάπη, αλλά και την προσπάθεια που καταβάλει ο Όμιλος προς αυτή την κατεύθυνση. Κύριο μέλημά μας είναι να ενισχύσουμε τόσο τις ικανότητες, όσο και τη θέληση των ανθρώπων μας. Με κύριους άξονες λοιπόν το ΜΠΟΡΩ και το ΘΕΛΩ εστιάζουμε στον εμπλουτισμό των γνώσεων, στην εξέλιξη και την κινητοποίηση των εργαζομένων μας, με τις ακόλουθες ενέργειες που προσπαθούμε συνεχώς να βελτιώνουμε και να εμπλουτίζουμε:

- ✓ Προσέλκυση, επιλογή και πρόσληψη ανθρώπων με τις απαιτούμενες ικανότητες, μέσα από διαφανείς διαδικασίες
- ✓ Ανάπτυξη των εργαζομένων, μέσω Συστήματος Στοχοθέτησης και Αξιολόγησης της απόδοσης, κοινό σε όλο τον Όμιλο, που συμπληρώνεται για τα Στελέχη και από διαδικασία αξιολόγησης "360 feedback". Στόχος του συστήματος είναι τόσο η επίτευξη των στόχων της εταιρίας, όσο και η αξιοκρατική αξιολόγηση των ανθρώπων, ο εμπλουτισμός των ικανότητων τους και η εξέλιξή τους
- ✓ Εκπαίδευση με εσωτερικούς εκπαιδευτές, που μεταφέρουν τη γνώση και την εμπειρία τους, αλλά και με εξωτερικούς, σε θεματολογίες εξατομικευμένες στις ανάγκες προόδου

και ανάπτυξης του κάθε εκπαιδευόμενου ανάλογα με τη θέση εργασίας του και το εύρος των ευθυνών του.

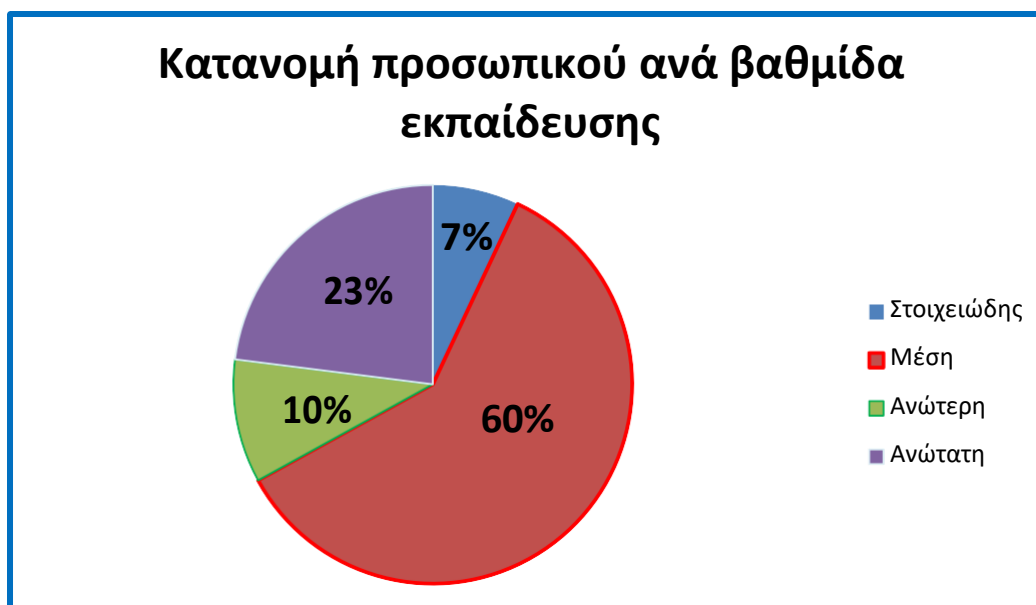
- ✓ Παρότρυνση και υποστήριξη συμμετοχής σε διατμηματικές ομάδες, με στόχο τη διεύρυνση των εμπειριών και την προώθηση πνεύματος συνεργασίας και ομαδικότητας.
- ✓ Αναγνώριση και ανταμοιβή των εργαζομένων, παρά τις δύσκολες συνθήκες του οικονομικού περιβάλλοντος. Με ένα σύστημα παροχών ανταγωνιστικό και προσαρμοσμένο στις συγκεκριμένες ανάγκες της κάθε εταιρίας του Ομίλου προσπαθούμε να ανταπεξέλθουμε στις ανάγκες των εργαζομένων. Κοινωνικού τύπου παροχές που παρέχει η εταιρία μας είναι μεταξύ άλλων πρόσθετη ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, δωρεάν μεταφορά προσωπικού, δωρεάν διάθεση προϊόντων, τράπεζα αίματος κλπ
- ✓ Ανοιχτή επικοινωνία προς όλα τα επίπεδα της διοίκησης, μέσα από συγκεκριμένα κανάλια και εργαλεία επικοινωνίας, από μια νοοτροπία «ανοιχτής πόρτας», διατμηματικά projects και συνεχή προσπάθεια για αναβάθμιση των επικοινωνιακών μας μεθόδων.
- ✓ Διαφανείς κι ευέλικτες δομές και διαδικασίες λειτουργίας, που διασφαλίζουν την εταιρική διακυβέρνηση και ανασχεδιάζονται συχνά με στόχο τη βελτίωση σε κρίσιμους δείκτες απόδοσης, όπως κόστος, ποιότητα, εξυπηρέτηση και ταχύτητα.
- ✓ Ασφαλές εργασιακό περιβάλλον (ασφάλεια εργασίας, εγκαταστάσεων, περιουσιακών στοιχείων, διαχείρισης πληροφοριών σε συνδυασμό με τη διασφάλιση και προστασία των προσωπικών δεδομένων). που επιβεβαιώνονται με σειρά πιστοποιήσεων.
- ✓ Με επίγνωση της δυσκολίας των εποχών, αλλά και ενστερνισμό των αναγκών των εργαζομένων μας προσπαθούμε να γινόμαστε συνεχώς καλύτεροι ως προς όλες τις παραπάνω κατευθύνσεις.

3δ. Το μορφωτικό επίπεδο του προσωπικού μας.

Σύμφωνα, με το γράφημα της επόμενης σελίδας όπου αφορά την κατανομή του προσωπικού της ΕΛΓΑΛ με βάση το μορφωτικό επίπεδο και τα έτη προϋπηρεσίας, εντοπίζουμε ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό προσωπικού με μέσο μορφωτικό επίπεδο, της τάξης του 60%, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 10% και 23% του προσωπικού έχουν ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση αντίστοιχα. Το προσωπικό με στοιχειώδη εκπαίδευση ανέρχεται στα 7%.

Η παραπάνω κατανομή με βάση το μορφωτικό επίπεδο, θέλει να τονίσει στους καταναλωτές της ΕΛΓΑΛ, ότι πρόκειται για μια εταιρεία που επιθυμεί να εμπεδώνεται συνεχώς η κουλτούρα της δια βίου μάθησης, γι' αυτό ακριβώς τον λόγο η εταιρεία συνέχισε την επένδυση της στην ανάπτυξη και την εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού της. Ο βαθμός σημασίας του τομέα ανάπτυξης και εκπαίδευσης των εργαζομένων στην επιχείρηση μα αντικατοπτρίζεται και ποσοτικά από τα κεφάλαια που επενδύθηκαν γι' αυτόν τον σκοπό. Η ΕΛΓΑΛ υποστηρίζει τις προσπάθειες των εργαζομένων για την απόκτηση επίσημων τίτλων σπουδών, ιδίως μεταπτυχιακών, χρηματοδοτώντας μέρος ή το

σύνολο του κόστους. Παράλληλα, ενθαρρύνει την επίτευξη στόχων αυτής της μορφής, προσφέροντας την ευκαιρία σε εργαζόμενους να ολοκληρώσουν μέρος των απαιτήσεων των σπουδών τους μέσα στον εργασιακό χώρο, είτε με την διάθεση εργασίας, είτε με την εκχώρηση και διάθεση στοιχείων, είτε και με τη δημιουργία συνθηκών που να ευνοούν την έρευνα.



3ε. Τρόποι επιλογής του προσωπικού μας.

Η διαδικασία της επιλογής έχει διάφορα στάδια μέσα από τα οποία περνά κάθε υποψήφιος. Τα συνήθη στάδια είναι

- η προκαταρκτική συνέντευξη
- η συμπλήρωση εντύπου από τον υποψήφιο
- η συνέντευξη εργασίας
- η δοκιμασία για την επιλογή
- ιατρική εξέταση
- τελική απόφαση επιλογής.

Με την προκαταρκτική συνέντευξη γίνεται το πρώτο ξεκαθάρισμα των υποψηφίων. Ο αρμόδιος για την επιλογή αυτή, στο πρώτο στάδιο διαθέτει πολύ λίγα λεπτά της ώρας του για κάθε υποψήφιο, που από τα πρώτα στοιχεία γίνεται φανερό πως δεν είναι ο κατάλληλος για την συγκεκριμένη θέση εργασίας. Η συμπλήρωση του πληροφοριακού εντύπου γίνεται εφόσον έχει περάσει από το στάδιο της προκαταρκτικής συνέντευξης και εφόσον έχει γίνει αποδεκτός. Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται από όλους τους υποψηφίους αυτού του σταδίου, ανεξάρτητα αν έχουν καταθέσει το βιογραφικό τους. Ωστόσο, η συνέντευξη εργασίας είναι το βασικότερο στάδιο για την επιλογή του εργαζόμενου γιατί δίνεται η ευκαιρία στον υποψήφιο να "πουλήσει" τις υπηρεσίες τους στην επιχείρηση και η επιχείρηση να "πουλήσει" τη συγκεκριμένη θέση στον υποψήφιο και να θεμελιώσουν τις αμοιβαίες προσδοκίες τους. Μετά την συνέντευξη υπάρχουν και τα τεστ επιλογής για να συγκεντρώσει η

επιχείρηση περισσότερα στοιχεία για τη σωστή επιλογή του προσωπικού. Τα τεστ που μπορεί να χρησιμοποιηθούν μπορεί να είναι τεστ νοημοσύνης, τεστ για τα επαγγελματικά ενδιαφέροντα του υποψηφίου και διάφορα τεστ προσωπικότητας. Μετά ακολουθεί η ιατρική εξέταση όπου η επιχείρηση πριν φτάσει στο τελικό στάδιο επιλογής ζητά από τους υποψηφίους να συμπληρώσουν ένα ιατρικό έντυπο όπου περιγράφουν το ιστορικό της υγείας τους και στο τέλος οι αρμόδιοι παίρνουν την τελική απόφαση επιλογής



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ



4α. Οι στόχοι του τμήματος

Οι στόχοι της διεύθυνσης οικονομικών για το 2014 είναι οι εξής :

Ο Διευθυντής Οικονομικών ελέγχει και συντονίζει τα οικονομικά της επιχείρησης (προϋπολογισμός της εταιρείας, χρηματοδότης της παραγωγικής διαδικασίας, διαχείριση των εσόδων , μισθοδοσία, φορολογικά κ.λπ.).Καθορίζει τη διαδικασία έκδοσης των πώλησης μετοχών, το σύστημα ελέγχου των οικονομικών της εταιρείας και οργανώνει σύστημα συναλλαγών με τις τράπεζες. Πιο συγκεκριμένα:



Συμμετέχει και στη διαμόρφωση του καταστατικού της επιχείρησης.



Συντάσσει τον προϋπολογισμό της εταιρείας, ύστερα από υπολογισμό του κόστους παραγωγής και τις απαιτήσεις για χρηματοδότηση των τμημάτων, τον οποίο υποβάλλει στο Διοικητικό Συμβούλιο.



Συντάσσει τον ισολογισμό της εταιρείας, με βάση τα οικονομικά στοιχεία. Ο ισολογισμός είναι ένας λογαριασμός που καταρτίζεται στο τέλος του οικονομικού έτους και περιλαμβάνει λεπτομερώς όλα τα στοιχεία του ενεργητικού και του παθητικού της εταιρείας, δηλαδή τα ίδια και τα ξένα περιουσιακά στοιχεία.



Το τμήμα Οικονομικών υπολογίζει τα κέρδη από τις δραστηριότητες της επιχείρησης και τα διαμένει στους μετόχους.

Επίσης υπάγονται και τρία βασικά τμήματα:

1. Λογιστήριο, που τηρεί βιβλία και σχετικά με τις οικονομικές δραστηριότητες της εταιρείας (οικονομικές συναλλαγές, πωλήσεις, δάνεια, αγορές, μισθοδοσία, κόστος παραγωγής και άλλα),ώστε η Διεύθυνση της Επιχείρησης να γνωρίζει ανά πάσα στιγμή την οικονομική της κατάσταση (οφειλές, δάνεια, κέρδη, ζημιές).
2. Τμήμα Κοστολόγησης ,που υπολογίζει της δαπάνες που απαιτούνται για την παραγωγή του προϊόντος.
3. Φοροτεχνικό, που παρακολουθεί τη φορολογική νομοθεσία, παρακρατεί τους φόρους από τις οικονομικές συναλλαγές και τους αποδίδει το κράτος

4β. Πως διαμορφώνεται η τιμή του γάλακτος

Κατ αρχάς η τιμή που λαμβάνουν οι Έλληνες παραγωγοί –από τους οποίους οι βιομηχανίες προμηθεύονται σύμφωνα με τους ισχυρισμούς τους το γάλα που χρησιμοποιούν για την Παρασκευή του <φρέσκου γάλακτος> -είναι υψηλότερη από αυτή που κερδίζουν οι Ευρωπαίοι συνάδελφοί τους. Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η μέση τιμή που έπαιρνε ο παραγωγός το 2003 στην Ελλάδα ήταν 36,02 ευρώ ανά εκατόλιτρο, ενώ στη Γαλλία για την ίδια ποσότητα ήταν 28,99 ευρώ, στη Γερμανία 28,13 ευρώ, στην Ιρλανδία 26,31 ευρώ, στο Βέλγιο 25,98 ευρώ και στην Αγγλία 24,70 ευρώ.

Ακόμα και έτσι όμως παραγωγός πληρώνεται για ένα λίτρο γάλα 0,36 ευρώ. Παραμένει λοιπόν, ένα μεγάλο ερώτημα πως το ίδιο γάλα φτάνει να πωλείται πάνω από 1 ευρώ.

Σύμφωνα με τη βιομηχανία, οι συνθήκες παραγωγής του γάλακτος στην Ελλάδα επιβαρύνουν το κόστος, δεδομένου ότι το γάλα πρέπει να συλλέγει από πολλές μικρές μονάδες , σε απομονωμένες περιοχές. <Για να γεμίσεις ένα βυτίο γάλα στην Ελλάδα διανύεις πολλαπλάσιες αποστάσεις σε σχέση με τη Κεντρική Ευρώπη> τονίζει παράγοντας της αγοράς.

Σε κάθε περίπτωση , η Γερμανία που διαθέτει στην κατανάλωση φθηνό ή τουλάχιστον αισθητά φθηνότερο γάλα, αποτελεί την υπερδύναμη της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην παραγωγή αγελαδινού γάλακτος, με παραγωγή περίπου 28.000 τόνους το χρόνο. Στον παρακάτω πίνακα σύμφωνα με στοιχεία του 2007 από την γαλακτοβιομηχανία ΕΛΓΑΛ , η Ελληνική βιομηχανία καθορίζει κατά λιγότερο από το 1/3 την τιμή στο γάλα (0,32€ για λιανική τιμή 1,20€)

Συντελεστές που συμμετέχουν στην διαμόρφωση τιμής 1,20€	
Συντελεστής	Συμμετοχή στην τελική λιανική τιμή
ΦΠΑ	0,14
ΛΙΑΝΟΠΩΛΗΤΕΣ	0,18
ΔΙΑΝΟΜΗ	0,13
ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ	0,06
ΚΟΣΤΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ (Λειτουργικά έξοδα, συσκευασία, προσωπικό, προώθηση, διαφήμιση, εισφορές, φόροι, κέρδος 27%)	0,32
ΣΥΛΛΟΓΗ	0,06
ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΟΙ	0,31

Θα πρέπει τέλος να σημειωθεί ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές στις παραμέτρους κόστους ανάμεσα στην Ελλάδα και στις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, όπως:

- Η γεωγραφία κάθε χώρας
- Οι κλιματολογικές συνθήκες
- Οι υποδομές (μεταφορές, ενέργεια, κ.α.)
- Η οργάνωση κτηνοτροφίας
- Οι ποσοστώσεις
- Τα κλειστά επαγγέλματα
- Η χρήση νέων τεχνολογιών
- Οι καταναλωτικές συνήθειες

4γ. Τιμοκατάλογος προϊόντων 2014

Τύπος γάλακτος	Συσκευασία	Αξία
Φρέσκο γάλα -πλήρες 2% λιπαρά	0,5 lt	0,49
Φρέσκο γάλα –πλήρες 2% λιπαρά	1 lt	1,06
Φρέσκο γάλα -πλήρες 4 % λιπαρά	1 lt	0,80
ΠΑΤΡΟΠΑΡΑΔΟΤΟ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ -πλήρες 2% λιπαρά	1 lt	1,02
Οικογενειακή θαλπωρή ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ –πλήρες 4% λιπαρά	1,5 lt	1,50
ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ elchoco –άπαχο γάλα με κακάο	450 ml	1,24

*Στην τιμή δεν συμπεριλαμβάνεται ΦΠΑ 13%.

4δ.Προϋπολογισμός πωλήσεων τριμήνου Ιούνιος-Αύγουστος 2014

Προϋπολογισμός εσόδων 3ου τριμήνου

Μήνας /έσοδα ανά προϊόν	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος
Φρέσκο γάλα -πλήρες 2% λιπαρά (0,5 lt)	1.153.400€	1.129.000€	1.135.000
Φρέσκο γάλα –πλήρες 2% λιπαρά (1lt)	850.000€	795.000€	835.000€
Φρέσκο γάλα -πλήρες 4 % λιπαρά (1lt)	683.000€	671.000€	658.000€
ΠΑΤΡΟΠΑΡΑΔΟΤΟ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ -πλήρες 2% λιπαρά (1lt)	467.000€	484.000€	496.200€
Οικογενειακή θαλπωρή ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ –πλήρες 4% λιπαρά (1,5lt)	579.000€	602.000€	624.000€
ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ elchoco – άπαχο γάλα με κακάο (450 ml)	1.235.000€	1.276.000€	1.304.000€

4ε. Μελλοντικοί οικονομικοί στόχοι της επιχείρησης

Οι οικονομικοί στόχοι της εταιρίας για την επόμενη πενταετία (2015-2019) είναι οι εξής:

- Ενδυνάμωση του ρόλου της ΕΛΓΑΛ ως ενιαίου οργανισμού, στοχεύοντας στην δημιουργία μετοχικής αξίας εκμεταλλευόμενη τις συνέργειες μεταξύ των δραστηριοτήτων του Ομίλου.
- Ενίσχυση της δραστηριότητας εξαγωγών και συγχωνεύσεων.
- Επενδύσεις για εξαγορές και ανάπτυξη ύψους 1.100 εκατομμυρίων ευρώ.
- Ενίσχυση της ηγετικής θέσης της εταιρίας στις υφιστάμενες αγορές και εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών στα πλαίσια της αναδιοργάνωσης των αγορών στην Νοτιοανατολική Ευρώπη.
- Αποτελεσματικότερη διαχείριση του κόστους.
- Ενοποίηση των συστημάτων και των λειτουργιών και εστίαση στην βελτιστοποίηση της κεφαλαιακής της δομής και μείωση του μεσοσταθμικού κόστους κεφαλαίου, μέσω της αναδιοργάνωσης των δανειακών της υποχρεώσεων.
- Βελτιστοποίηση της διαχείρισης των παγίων περιουσιακών στοιχείων
- Ανάπτυξη για την επόμενη τριετία του τζίρου της τάξεως του 8% ετησίως, ενώ τα προβλεπόμενα κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων θα αυξάνονται κατά περίπου 14% ετησίως.



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε. - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
T.K. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ

ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ



5α. Οι στόχοι του τμήματος

Βασικός ρόλος είναι η καλή εικόνα (image) της επιχείρησης. Σήμερα ο ανταγωνισμός δημιουργεί ολοένα και περισσότερο την ανάγκη δημιουργίας αυτής της καλής εικόνας. Οι στόχοι του τμήματος για το 2014 είναι:

-  Η καλή επικοινωνία της διοίκησης με τους μετόχους και τους εργαζόμενους της επιχείρησης.
-  Η επικοινωνία της επιχείρησης με πελάτες, καταναλωτές, προμηθευτές και μέσα μαζικής ενημέρωσης.
-  Η προβολή της επιχείρησης και η ευρύτερη αποδοχή τους από το κοινό σύνολο.
-  Η συνεχής ενημέρωση των εργαζόμενων σε θέματα που τους αφορούν.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

-  Προώθηση έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού και ενημέρωση της ιστοσελίδας της εταιρείας, όπου περιγράφονται οι δραστηριότητες και η προσφορά της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο.
-  Προβολή στα ΜΜΕ των μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος που εφαρμόζει η βιομηχανία.
-  Διοργάνωση γιορτής για τα παιδιά των εργαζομένων με την ευκαιρία του νέου έτους.

5β. Σύνταξη δελτίου τύπου για την δημιουργία των νέων μας προϊόντων

Δελτίο τύπου 10-3-2014

Η ΕΛΓΑΛ έπειτα από μελέτη και καταγραφή των αναγκών της αγοράς, προχώρησε στην δημιουργία 6 νέων προϊόντων για το 2014. Πιο συγκεκριμένα ,αναγνωρίζοντας πλήρως τόσο τις ανάγκες της ελληνικής οικογένειας , όσο και του δυσμενούς οικονομικού περιβάλλοντος, κατέληξε στα παρακάτω προϊόντα προσφέροντας τις πλέον ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς.

-  Φρέσκο γάλα -πλήρες 2% λιπαρά
-  Φρέσκο γάλα –πλήρες 2% λιπαρά
-  Φρέσκο γάλα -πλήρες 4 % λιπαρά
-  ΠΑΤΡΟΠΑΡΑΔΟΤΟ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ -πλήρες 2% λιπαρά
-  Οικογενειακή θαλπωρή ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ –πλήρες 4% λιπαρά
-  ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ elchoco –άπαχο γάλα με κακάο

Το νέο διαφημιστικό πρόγραμμα μας που βρίσκεται ήδη στον «αέρα», επικοινωνεί τις

νέες προσιτές τιμές της γκάμας των προϊόντων μας , παράλληλα, με τις νέες και μοντέρνες συσκευασίες τους. Κάθε συσκευασία απεικονίζει τις αξίες της ΕΛΓΑΛ για ποιότητα και φρεσκάδα, ενώ διευκολύνουν τον καταναλωτή στον ταχύτερο εντοπισμό πληροφοριών για τη γεύση του κάθε κωδικού.

Τα προϊόντα μας ήδη κοινοποιούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το Twitter και αναγνωρίζονται για την δυναμική τους εμφάνιση και το ξεχωριστό τους ύφος.

Με τη νέα μας συλλογή αποδεικνύουμε ότι συνεχίζουμε να επενδύουμε στην ελληνική επιχειρηματικότητα, στην καινοτομία, στην ποιότητα, και να στεκόμαστε υπεύθυνα απέναντι στους καταναλωτές προσφέροντας, καθημερινά, προϊόντα προστιθέμενης αξίας. Να διατηρήσουμε δηλαδή, και να ενισχύσουμε τα χαρακτηριστικά που αποτελούν το μοναδικό μας Εταιρικό αποτύπωμα σε κοινωνία και οικονομία και θέτουν τα θεμέλια για ένα βιώσιμο μέλλον.

5γ. Το κοινωνικό μας έργο

Η κοινωνική υπευθυνότητα θεωρείται ένα συστατικό στοιχείο της ανάγκης των δημοσίων σχέσεων. Η επιχείρηση πρέπει να λάβει υπόψη της και αυτό τον ρόλο μέσα στην κοινότητα, στην οποία λειτουργεί και εξισορροπεί τους αντικειμενικούς (επιχειρηματικούς) στόχους που θέτει με την κοινωνική ευθύνη, έτσι όπως εκδηλώνεται με το αίτημα για:

Η ΕΛΓΑΛ αναλαμβάνει καθημερινά δράση με στόχο την προσφορά, στήριξη και ενδυνάμωση της ελληνικής κοινωνίας. Οι δράσεις της καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα ενεργειών με άξονες το περιβάλλον, την υγεία, το παιδί, τον πολιτισμό, τον εθελοντισμό και φυσικά τους 1500 εργαζόμενους της. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η εταιρεία, ως βιομηχανία επεξεργασίας της σπουδαιότερης για τον οργανισμό πηγής ασβεστίου, δηλαδή του γάλακτος, είναι βασικός χορηγός του Ελληνικού Συλλόγου Υποστήριξης Ασθενών με Οστεοπόρωση με στόχο την ενημέρωση και πρόληψη σε θέματα σκελετικής υγείας. Συνεργάζεται με το Ελληνικό Ίδρυμα Καρδιολογίας και την Ελληνική Εταιρεία Αθηροσκλήρωσης, τόσο στα πλαίσια ενημέρωσης του κοινού σε θέματα διατροφής, όσο και για την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων που καλύπτουν τις ανάγκες μιας υγιεινής διατροφής. Στηρίζει ενεργά το σημαντικό έργο της Εταιρείας Ψυχικής Υγείας Παιδιού και Εφήβου (Ε.Ψ.Υ.Π.Ε.), του συλλόγου ΦΛΟΓΑ, των Γιατρών του Κόσμου, του Χαμόγελου του Παιδιού, των Παιδικών Χωριών S.O.S, της Τράπεζας Τροφίμων και πλήθους άλλων φορέων.

Ενδεικτικά αναφέρονται και οι παρακάτω ενέργειες :

➤ Ταξίδι στην Πρωινόχώρα

Το Κέντρο Ενημέρωσης ΕΛΓΑΛ (ΚΕΔ), επισκέπτεται παιδικούς σταθμούς και νηπιαγωγεία και μέσα από τη μοναδική διαδραστική αφήγηση «Ταξίδι στην Πρωινόχώρα», ενημερώνει και ψυχαγωγεί παιδιά προσχολικής ηλικίας, σχετικά με τη σημασία και την αξία ενός υγιεινού και ισορροπημένου πρωινού.

➤ Ξεναγήσεις στα εργοστάσια της ΕΛΓΑΛ για μαθητές και φοιτητές

Η ΕΛΓΑΛ εδώ και πολλά χρόνια πραγματοποιεί ξεναγήσεις στους χώρους του εργοστασίου της. Μαθητές της Α΄βάθμιας και Β΄βάθμιας εκπαίδευσης καθώς και φοιτητές παρακολουθούν και συμμετέχουν ενεργά σε ένα πλήρες πρόγραμμα ξεναγήσης, το οποίο περιλαμβάνει και επίσκεψη στους χώρους παραγωγής. Στόχος του προγράμματος είναι η εκπαίδευση και

ενημέρωση των παιδιών σε θέματα διατροφής και ποιότητας, καθώς και σε θέματα διοίκησης και οργάνωσης μιας σύγχρονης εταιρείας όπως η ΕΛΓΑΛ.

- Για άλλη μια φορά η ΕΛΓΑΛ βρίσκεται δίπλα στο Χαμόγελο του Παιδιού και συνεισφέρει στους σκοπούς του φορέα.

Η τελευταία τους σύμπραξη αφορά το 1ο μεγάλο Τουρνουά Καλαθόσφαιρας που διοργανώνεται στη Θήβα 26 και 27 Απριλίου με τη συμμετοχή ομάδων μαθητών, Ακαδημιών και παλαιμάχων ποδοσφαιριστών της πόλης. Ο στόχος της συγκεκριμένης διοργάνωσης είναι η ευαισθητοποίηση μαθητών και πολιτών σχετικά με το πολύπλευρο έργο που πραγματοποιεί ο συγκεκριμένος εθελοντικός φορέας και η οικονομική στήριξη των δράσεών του.

5δ. Χορηγίες ΕΛΓΑΛ

Η ΕΛΓΑΛ αναλαμβάνει καθημερινά δράση με στόχο την προσφορά, στήριξη και ενδυνάμωση της ελληνικής κοινωνίας. Ενδεικτικά αναφέρονται οι παρακάτω ενέργειες μας:



Ενίσχυσε το πρόγραμμα «Η δύναμη της προσφοράς» της Ελληνικής Εταιρείας Προστασίας και Αποκατάστασης Αναπήρων Παιδιών (ΕΛΕΠΑΠ).



Πραγματοποίησε το πρόγραμμα εθελοντικής διανομής Φρέσκου Γάλακτος ΕΛΓΑΛ «Πάμε Γάλα» σε ιδρύματα και ευπαθείς κοινωνικές ομάδες.



Υποστήριξε την έκδοση του περιοδικού «Αιμοδοσία & Εθελοντισμός» του ΕΥΠΑΝ.



Ενίσχυσε το έργο του συλλόγου για την προστασία της θαλάσσιας χελώνας «ΑΡΧΕΛΩΝ».

5ε. Περιβαλλοντικές ενέργειες ΕΛΓΑΛ

Για την εταιρία μας η παρακολούθηση και ο έλεγχος των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τις δραστηριότητές της είναι πρωταρχικός στόχος και δέσμευση.

- Ενσωματώνει περιβαλλοντικές πολιτικές, προγράμματα και πρακτικές σε κάθε επιχειρηματική της δραστηριότητα, ως στοιχείο διοίκησης σε όλες τις λειτουργίες.

- Κατά το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη χρήση των εγκαταστάσεών της, λαμβάνει υπόψη, καταρχήν την αποτελεσματική χρήση της ενέργειας και των υλικών, ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και τη δημιουργία αποβλήτων, καθώς και την ασφαλή απόρριψη των βιομηχανικών υπολειμμάτων.

- Εκπαιδεύει και ευαισθητοποιεί όλους τους εργαζόμενους σε θέματα περιβάλλοντος. Αξίζει να σημειωθούν ιδιαίτερα τα ακόλουθα μέτρα:



- Ανακύκλωση των καταλοίπων των δραστηριοτήτων, με τη διάθεση των βρώσιμων υλών σε χοιροτροφικές μονάδες.



- Συλλογή και ανακύκλωση χαρτιού, μπαταριών και άλλων ανακυκλώσιμων υλικών. - Τοποθέτηση φίλτρων τελευταίας τεχνολογίας στα σιλό.



- Εξωραϊσμός και βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος των εγκαταστάσεων με εκτεταμένες δενδροφυτεύσεις.

- Αποκλειστική χρήση φυσικού αερίου όπου υπάρχει υποδομή για τη λειτουργία των δραστηριοτήτων και όπου δεν υπάρχει, χρήση προπανίου αντί του πετρελαίου, η καύση του οποίου έχει σχεδόν μηδενική εκπομπή ρύπων. Τέλος, ιδιαίτερη σημασία έχει για τη ΕΛΓΑΛ ο τρόπος που διαχειρίζεται τις επιστροφές των προϊόντων της, ώστε να:

- Προστατεύει τον καταναλωτή από τη χρήση προϊόντων που έχουν λήξει.
- Προλαμβάνει έκθεση των προϊόντων της σε χώρους εναπόθεσης απορριμμάτων και την πιθανότητα επαναπώλησής τους.
- Προστατεύει το περιβάλλον χωρίς να επιβαρύνει τους Χώρους Υγειονομικής Ταφής Απορριμμάτων (Χ.Υ.Τ.Α.) Έτσι, η ΕΛΓΑΛ, εναρμονισμένη με την ευρωπαϊκή νομοθεσία που επιτρέπει οι επιστροφές του γάλακτος και των υπολοίπων προϊόντων να δεχθούν τη διαδικασία της λιπασματοποίησης, έχει προχωρήσει σε συνεργασία με ειδική Μονάδα Κομποστοποίησης. Η συγκεκριμένη Μονάδα, μέσα από τη διαδικασία αποδόμησης των οργανικών υλικών με τη βοήθεια μικροοργανισμών, παράγει σαν τελικό προϊόν ένα είδος «χώματος», εδαφοβελτιωτικό, απόλυτα άοσμο, που αυξάνει τη γονιμότητα του εδάφους και δεν επιβαρύνει το περιβάλλον.



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



6α.Πιέζεται αλλά αντέχει η ελληνική αγορά γάλακτος

Σύμφωνα με την ICAP, σημειώνεται μείωση της κατανάλωσης σε εβαπορέ και φρέσκο γάλα και αύξηση στο υψηλής παστερίωσης .Η κατανάλωση την τελευταία τριετία υποχωρεί μεν, αλλά σε σχετικά χαμηλούς ρυθμούς, όπως προκύπτει από την τελευταία κλαδική μελέτη της ICAP Group , η ζήτηση στο διάστημα 2009-2011 μειώθηκε σε ένα αθροιστικό ποσοστό 3,4% (2009-2010: -1,2% και 2010-2011:-2,3%),πολύ λιγότερο δηλαδή από άλλες κατηγορίες προϊόντων, καθώς τα γαλακτοκομικά εξακολουθούν να συγκαταλέγονται στα βασικά είδη διατροφής της ελληνικής οικογένειας .Σύμφωνα με την ICAP, βασικό χαρακτηριστικό της αγοράς τα τελευταία έτη είναι η μείωση της κατανάλωσης στις κατηγορίες του φρέσκου (λευκού) γάλακτος (-1,4% το 2010/09) και του γάλακτος εβαπορέ (-4% το 2010/09), ενώ αύξηση (αν και με συνεχώς μειούμενο ρυθμό τα τελευταία έτη) παρατηρείται στην κατανάλωση γάλακτος υψηλής παστερίωσης (+2,7% το 2010/09).Ανάλογες τάσεις παρατηρήθηκαν και το 2011 (φρέσκο: -1,2%, εβαπορέ:-4,5%, υψηλής παστερίωσης:+2%). Το φρέσκο παστεριωμένο γάλα εξακολουθεί να αποτελεί την κυριότερη κατηγορία γάλακτος, το δε ποσοστό συμμετοχής του στο σύνολο της κατανάλωσης εκτιμάται σε 41,8% το 2011. Ωστόσο, παρατηρείται σημαντική μείωση του ποσοστού αυτού την τελευταία επταετία, σε αντίθεση με το γάλα υψηλής παστερίωσης το οποίο διευρύνει το μερίδιό του (29,4% το 2011). Το αντίστοιχο ποσοστό για το ισοδύναμο του συμπυκνωμένου γάλακτος διαμορφώθηκε σε 26,1% το 2011».Η εταιρεία επισημαίνει ότι το σύνολο της εγχώριας πρωτογενούς παραγωγής αγελαδινού γάλακτος καθορίζεται από το κοινοτικό σύστημα των ποσοστώσεων, το οποίο το 2015 προβλέπεται να καταργηθεί. Στην Ελλάδα, ωστόσο, η πρωτογενής παραγωγή υπολείπεται κατά πολύ των εθνικών ποσοστώσεων τα τελευταία έτη. Εκτός από τον παραγωγικό τομέα, ο κλάδος περιλαμβάνει ένα σχετικά μικρό αριθμό μεγάλων εισαγωγικών εταιρειών, οι οποίες κατέχουν αξιόλογη θέση στην εγχώρια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων, ορισμένες δε απ' αυτές ελέγχονται από γνωστούς πολυεθνικούς ομίλους. Στον εισαγωγικό τομέα εντάσσονται και αρκετές μικρότερου μεγέθους εταιρείες που πραγματοποιούν εισαγωγές γαλακτοκομικών, από τις οποίες σημαντικό μέρος αφορά προϊόντα που προορίζονται για επαγγελματική χρήση.

6β.Οι στόχοι της διεύθυνσης μάρκετινγκ

Οι στόχοι του τμήματος για το 2013 είναι :

Ο ρόλος της Διεύθυνσης μάρκετινγκ είναι πολύ σημαντικός . Το τμήμα για να χαράξει τη στρατηγική που θα ακολουθήσει, συνεργάζεται πρώτα κυρίως με τον Μηχανικό Σχεδιασμού Προϊόντος ,τον Μηχανικό Παραγωγής και τον Διευθυντή οικονομικών.

Οι βασικές αρμοδιότητες της διεύθυνσης μάρκετινγκ



Έρευνα αγοράς (Έρευνά της προτιμήσεις των καταναλωτών)



Διαφήμιση (Προτείνει το διαφημιστικό πρόγραμμα της επιχείρησης)



Πωλήσεις (Προετοιμάζει την προώθηση κάθε προϊόντος)



Στρατηγική των πωλήσεων των προϊόντων



Προγραμματισμός των ενεργειών για κάθε αγοραστική περίοδο



Το σχεδιασμό των νέων προϊόντων



Συμμετέχει στην διαμόρφωση τιμής του προϊόντος ,γνωρίζοντας τις συνθήκες ανταγωνισμού που υπάρχουν στις διάφορες αγορές



Επιλέγει το προσωπικό του τμήματός του



Παρατηρεί και αξιολογεί τις συνθήκες του ανταγωνισμού με άλλες γαλακτοκομικές επιχειρήσεις

6γ.Ερωτηματολόγιο έρευνας αγοράς

Τμήμα Μάρκετινγκ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Φύλο:

Άνδρας ☐

Γυναίκα ☐

Ηλικία:

< 15 ☐

16-20 ☐

20-30 ☐

30-40 ☐

>40 ☐

1.Πόσο συχνά καταναλώνετε φρέσκο γάλα;

- ☐ Καθόλου
- ☐ Λίγες φορές τον χρόνο
- ☐ Λίγες φορές την εβδομάδα
- ☐ Λίγες φορές τον μήνα
- ☐ Καθημερινά



2.Τι είδος γάλακτος προτιμάτε;

- ☐ Φρέσκο
- ☐ Πλήρες
- ☐ Άπαχο
- ☐ Σοκολατούχο
- ☐ Σοκολατούχο άπαχο



3.Θεωρείτε ακριβή την τιμή του γάλακτος στην Ελλάδα;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι



4. Ποιοί θα ήταν οι λόγοι που θα σας οδηγούσαν να αλλάξετε εταιρεία;

- ☐ Η τιμή
- ☐ Η ποιότητα



5. Πόσο λίτρα καταναλώνετε την εβδομάδα;

- ☐ Καθόλου
- ☐ 1-3 LT
- ☐ 4-6 LT
- ☐ 7-9 LT
- ☐ Άλλο



6. Έχετε εμπιστοσύνη στο γάλα που αγοράζετε;

- ☐ Καθόλου
- ☐ Λίγο
- ☐ Μέτρια
- ☐ Πάρα πολύ



7. Σας αρέσει η πλαστική διάφανη συσκευασία;

- ☐ Καθόλου
- ☐ Λίγο
- ☐ Πολύ
- ☐ Πάρα πολύ



8. Σας αρέσει η χάρτινη συσκευασία;

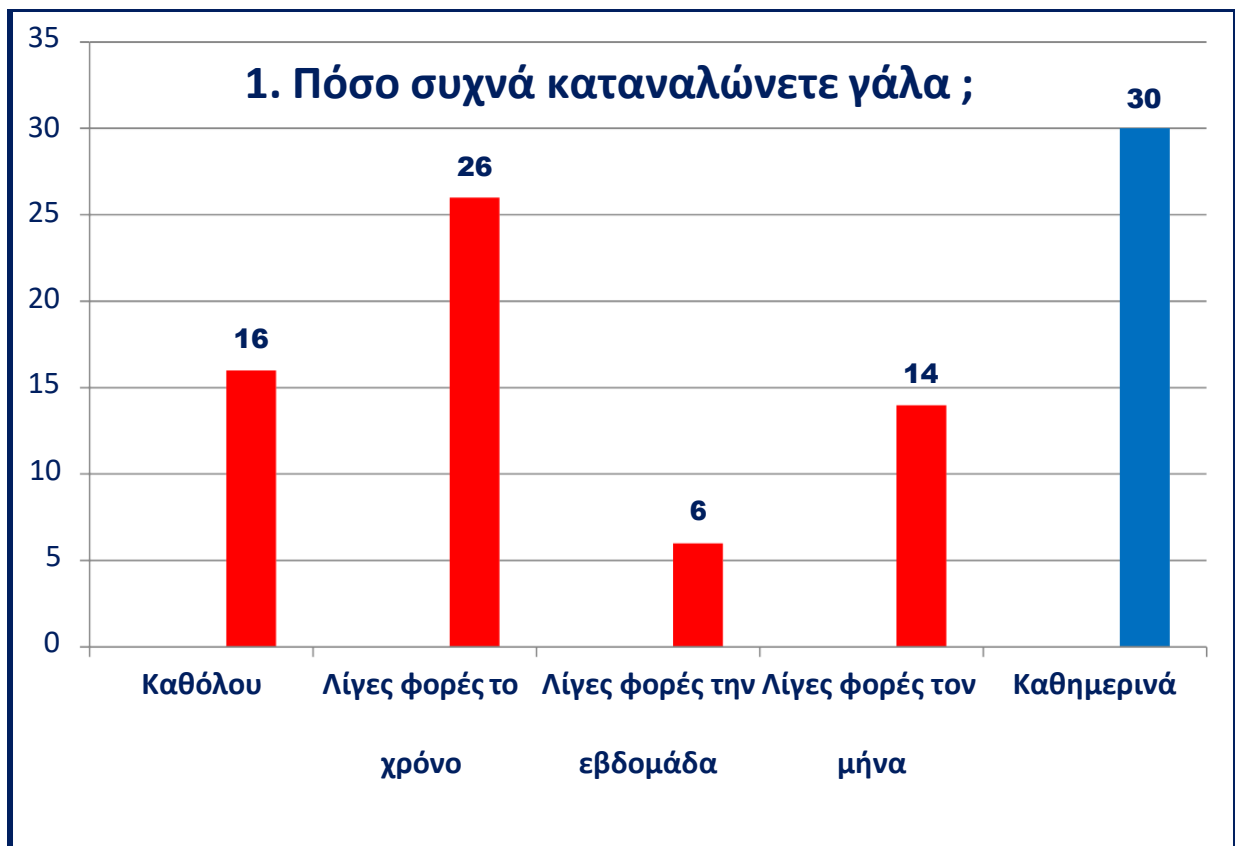
- ☐ Καθόλου
- ☐ Λίγο
- ☐ Πολύ
- ☐ Πάρα πολύ



Σας ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας

ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

6δ. Αποτελέσματα έρευνας αγοράς (γραφήματα)



Συχνότητα κατανάλωσης

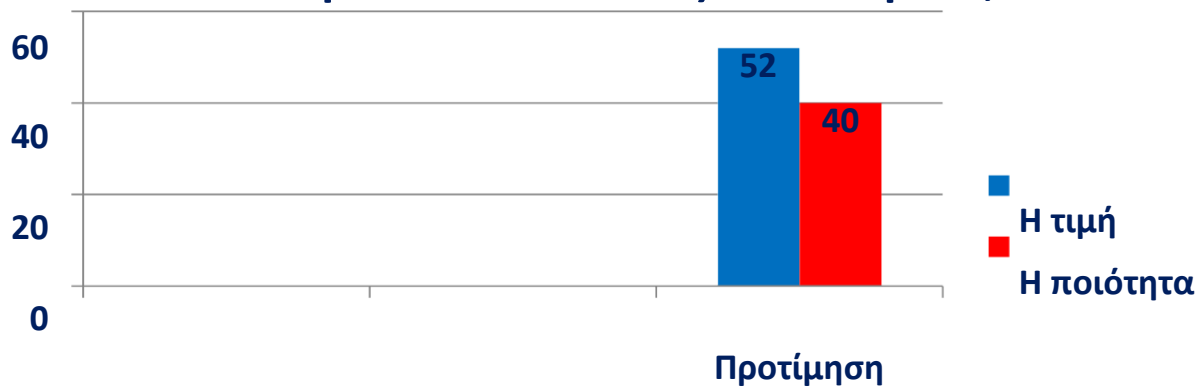


Είδος γάλακτος

3. Θεωρείτε ακριβή την τιμή του γάλακτος;

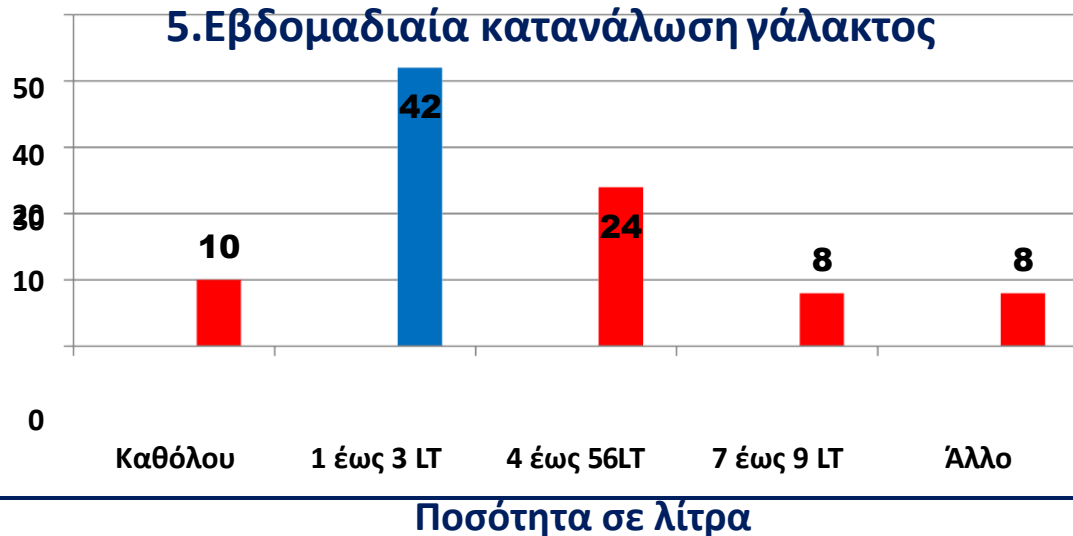


4. Λόγοι που θα αλλάζατε εταιρεία;

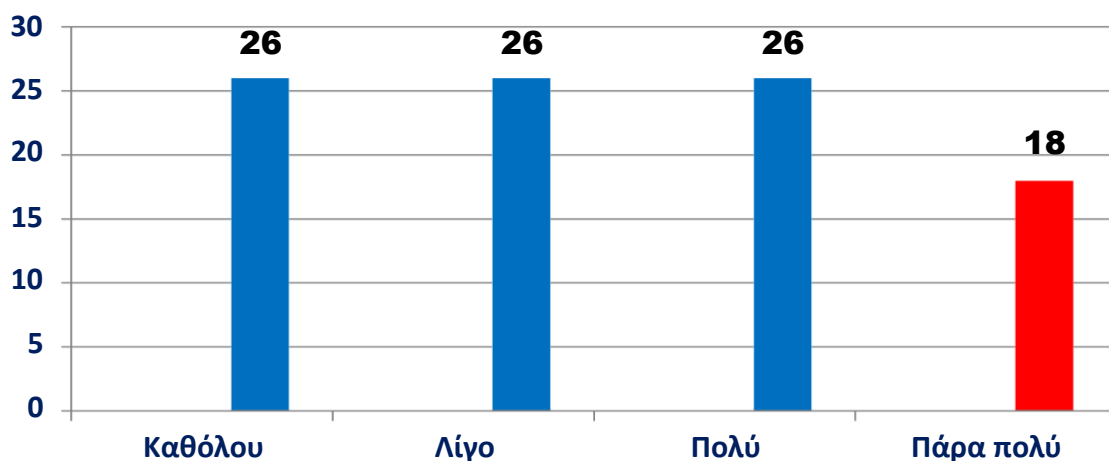


Επιλογή ποιότητας ή τιμής

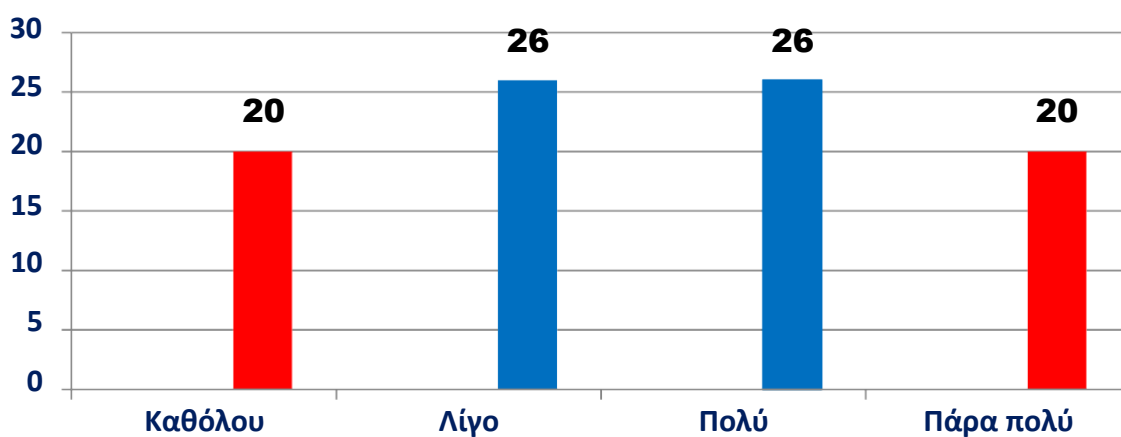
5. Εβδομαδιαία κατανάλωση γάλακτος



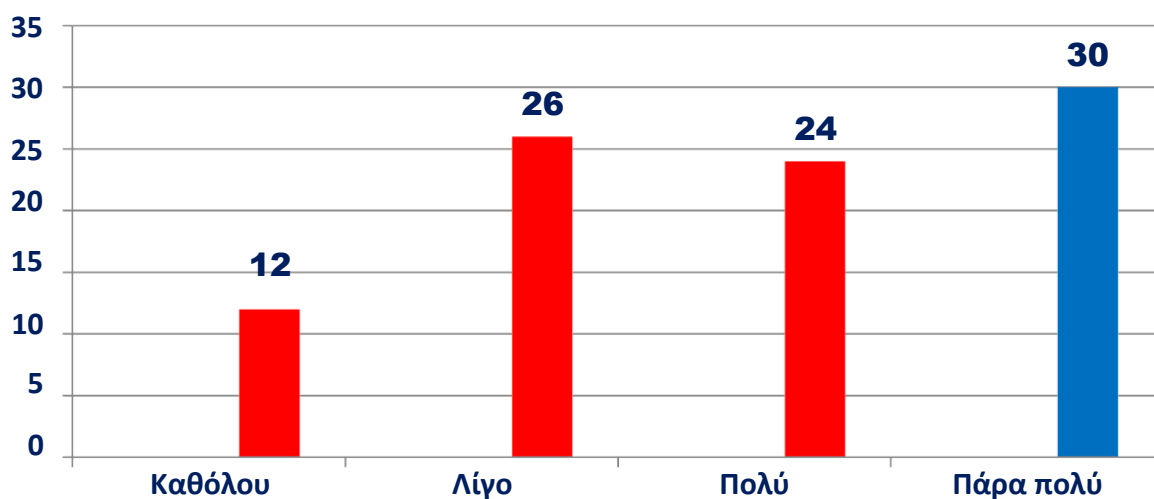
Έχετε εμπιστοσύνη στο γάλα που αγοράζετε;



Σας αρέσει η πλαστική διάφανη συσκευασία;



Σας αρέσει η χάρτινη συσκευασία;



Συμπεράσματα :

Η μεγάλη πλειοψηφία των καταναλωτών καταναλώνει καθημερινά γάλα , αλλά και ένας μεγάλος αριθμός καταναλωτών λίγες φορές τον χρόνο .

Οι περισσότεροι προτιμάνε το πλήρες γάλα αλλά επίσης πολύ είναι και αυτοί που προτιμούν άπαχο γάλα. Επίσης υπάρχουν και άνθρωποι που πίνουν σοκολατούχο άπαχο γάλα.

Στην Ελλάδα οι περισσότεροι καταναλωτές θεωρούν την τιμή του γάλακτος ακριβή.

Λόγοι για να αλλάξουν εταιρεία είναι κυρίως η τιμή και ύστερα η ποιότητα.

Σαν ποσότητα οι περισσότερες οικογένειες πίνουν 1 έως 3 LT.

Στο πόσο εμπιστεύονται το γάλα που αγοράζουν υπάρχουν ισορροπημένες απόψεις με ελαφρώς να υπερέχουν οι αρνητικές απόψεις.

Ομοίως και η πλαστική διαφανή συσκευασία έχει μία ισορροπία θετικών και αρνητικών προτιμήσεων

Η όγδοη ερώτηση ήταν άμα του αρέσει η χάρτινη συσκευασία. Και οι περισσότεροι είπαν ότι τους αρέσει πάρα πολύ η χάρτινη συσκευασία.

Για αυτό η εισήγηση του τμήματος για την παραγωγή νέων προϊόντων ήταν η εξής :

1. Να δώσουμε προτεραιότητα στην δημιουργία φρέσκου γάλακτος , άπαχου και σοκολατούχου άπαχου.
2. Τα γάλατά μας να προσπαθήσουμε να διατίθενται σε πολύ χαμηλές τιμές
3. Να είμαστε οι πρωτοπόροι στην οικογενειακή συσκευασία γάλακτος τριών λίτρων
4. Τα περισσότερα από τα γάλατα μας να κυκλοφορήσουν σε χάρτινη συσκευασία

6ε. Η πολιτική διαφήμισης της ΕΛΓΑΛ στα ΜΜΕ

Διαφήμιση, είναι κάθε μορφή πληρωμένης επιχειρηματικής επικοινωνίας, η οποία στοχεύει στο να πληροφορήσει, να επηρεάσει ή να υπενθυμίσει στα άτομα για έναν συγκεκριμένο σκοπό.

Η εταιρία ΕΛΓΑΛ, δίνει μεγάλη έμφαση στην λειτουργία της διαφήμισης των προϊόντων της, διότι επηρεάζει ως ένα βαθμό την ζήτηση των εξεταζόμενων προϊόντων, υπό την έννοια ότι κατευθύνει τους καταναλωτές σε συγκεκριμένα εμπορικά σήματα και τους ενημερώνει για την κυκλοφορία νέων προϊόντων.

Η εταιρία χρησιμοποιεί διάφορα διαφημιστικά μέσα, προκειμένου να κάνει τα προϊόντα της γνωστά στους καταναλωτές, τα οποία είναι τα εξής:

Τηλεόραση : Η τηλεόραση αποτελεί το ισχυρότερο και δημοφιλέστερο μέσο για την εκπομπή του διαφημιστικού μηνύματος. Το μεγαλύτερο κομμάτι της ετήσιας διαφημιστικής δαπάνης, διεθνώς και στην Ελλάδα, απορροφάται από την τηλεόραση.

Η μεγάλη επίδραση της τηλεόρασης βρίσκεται στο ότι αξιοποιεί και χρησιμοποιεί συντονισμένα, ήχο, κίνηση, χρώμα, εικόνα, επιδεικνύει τα προτερήματα του προϊόντος μέσα στο σπίτι, στο οικογενειακό ακροατήριο και σε ανάλογη ατμόσφαιρα. Οι προϋποθέσεις αυτές κάνουν πιο αποτελεσματική την εκπομπή του διαφημιστικού μηνύματος μέσα από την τηλεόραση.

Η ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) στις διαφημιστικές καμπάνιες για το Φρέσκο Γάλα, χρησιμοποιεί κατά κύριο λόγο την τηλεόραση, μέσω της οποίας προβάλλει spot με κύριο θέμα πάντα την οικογένεια και το γεγονός της σημαντικότητας του Φρέσκου Γάλακτος, το οποίο είναι τόσο σημαντικό για τον οργανισμό μας και κανένα εμπόδιο δεν μπορεί να βρεθεί μπροστά στον καταναλωτή για να το αγοράσει (π.χ. καιρικά φαινόμενα, όπως εμφανίζεται στην διαφήμιση). Τέλος, η συνολική διαφημιστική δαπάνη της εταιρίας για το έτος 2014 ανήλθε σε 32 εκατ. ευρώ.

Εφημερίδες – Περιοδικά : Η Γαλακτοβιομηχανία ΕΛΓΑΛ , σπανίως χρησιμοποιεί τα παραπάνω διαφημιστικά μέσα για την προώθηση συγκεκριμένων γαλακτοκομικών προϊόντων, περισσότερο χρησιμοποιούνται για την δήλωση παρουσίας της εταιρίας.

Διαφήμιση Μέσω Internet : Είναι βέβαιο ότι κάθε επιχείρηση αναζητά την πλέον οικονομική λύση στο χώρο της διαφήμισης. Οι συνηθισμένες λύσεις προώθησης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπα) είναι ασύμφορες και δεν μπορούν να μεταφέρουν όσα ο πελάτης χρειάζεται. Ένα νέο μέσο παρουσιάστηκε τα τελευταία χρόνια, το Internet. Η ανάπτυξη του διαδικτύου είναι εντυπωσιακή αφού όλο και περισσότερες εταιρείες το επιλέγουν σαν μέσο προώθησης των προϊόντων τους. Οι δε χρήστες αυτού αυξάνονται με πρωτόγνωρους ρυθμούς, έχοντας φτάσει σήμερα διεθνώς τους 100.000.000 με συνεχώς αύξουσα τάση, άλλωστε δεν είναι τυχαίο ότι το 60% των επιχειρήσεων που προβάλλονται στο δίκτυο, χρησιμοποιούν το ίδιο γραφείο, που οργανώνει την προώθηση και διαφήμιση τους στα λοιπά μέσα.

Σε αυτό το σημείο θα εξειδικεύσουμε τη διαφημιστική παρουσία της εταιρείας ΕΛΓΑΛ στο διαδίκτυο και διακρίνουμε: α) Την αφιέρωση ειδικά σχεδιασμένων ιστοσελίδων για τη διαφήμιση προϊόντων, υπηρεσιών, εταιρειών κ.α, β) Τη δημιουργία και καταχώρηση ' 'Banners' ', ' 'links' ', ' 'Splash Screens' ', με συγκεκριμένα διαφημιστικά μηνύματα, τα οποία καταχωρούνται σε διάφορες ιστοσελίδες και συνδέονται με τα ειδικά σχεδιασμένα "sites" τα οποία διαφημίζονται και γ) Την αποστολή μηνυμάτων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (E-Mail) σε μεμονωμένους χρήστες, λίστες χρηστών ή σε ' 'Newsgroups' '.

Οι δύο πρώτοι τύποι διαφημιστικών καταχωρήσεων συνήθως συνυπάρχουν στα πλαίσια μιας διαφημιστικής εκστρατείας στο διαδίκτυο (Internet) επίσης,

α διαφημιστικά μηνύματα τα οποία εμφανίζονται σε διάφορους δικτυακούς τόπους έχουν ως σκοπό όχι μόνο να γνωστοποιήσουν στο κοινό το συγκεκριμένο μήνυμα που φέρουν, αλλά και να ωθήσουν τους χρήστες να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες ή και υπηρεσίες στον τόπο που διαφημίζουν. Ο τρίτος τύπος, έχει ως όφελος την αποστολή E-Mail στην εταιρεία, από τους χρήστες - καταναλωτές, για περισσότερες πληροφορίες σε κάποιο θέμα που τους ενδιαφέρει.

Η διαφήμιση μέσω Internet είναι κάποιο από τα μέσα που χρησιμοποιεί η εταιρεία ΕΛΓΑΛ για την προβολή των προϊόντων της. Μέσα από την πολύ καλά σχεδιασμένη σελίδα που διαθέτει η εταιρεία στο Internet, μπορεί ο καταναλωτής να ενημερωθεί πλήρως για το προϊόν που τον ενδιαφέρει, όχι μόνο από την κατηγορία με τα προϊόντα της εταιρείας, αλλά και με τις διαφημίσεις που εμφανίζονται στη σελίδα, όση ώρα ο καταναλωτής ενημερώνετε για το θέμα που τον ενδιαφέρει. Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, το Internet, μας δίνει την δυνατότητα για μια ολοκληρωμένη και δυναμική προβολή της επιχείρησης, εκμεταλλευόμενοι

τα πλεονεκτήματα του. Η επικοινωνία με τους υποψήφιους πελάτες, τους συνεργάτες και τους πωλητές, είναι αμφίδρομη και συνεχής. Το διαδίκτυο αποτελεί ένα ισχυρό μέσο διαφήμισης και marketing.

Διαφήμιση Σε Εξωτερικούς Χώρους και Στο Χώρο Πώλησης Του Προϊόντος: Η εταιρεία ΕΛΓΑΛ γνωρίζοντας ότι το διαφημιστικό μήνυμα παρουσιάζει μεγάλη διάρκεια ζωής, αλλά η δυνατότητα συγκέντρωσης της προσοχής είναι πολύ μικρή, προσπαθεί να προβάλλει ένα μήνυμα στις αφίσες, των οποίων το περιεχόμενο να είναι συμπυκνωμένο και πολύ σύντομο, και το οποίο συνήθως βασίζεται στο λογότυπο της εταιρείας, αλλά και πάντα τονίζοντας το «Φρέσκο Γάλα ΕΛΓΑΛ».

Αποτελεσματικότητα Της Διαφήμισης

Η εταιρία ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) για να γνωρίζει αν είναι αποτελεσματική η διαφήμιση του Φρέσκου Γάλακτος και ότι δημιουργεί μια αποκλειστική ζήτηση γι' αυτό, λειτουργεί με βάσει κάποιες προϋποθέσεις, οι οποίες και αναφέρονται παρακάτω.

Γνωρίζοντας οι άνθρωποι της ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ), ότι η διαφήμιση έχει καλύτερα αποτελέσματα αν υπάρχει μια ευνοϊκή ζήτηση για το διαφημιζόμενο προϊόν και στην προκειμένη περίπτωση το Φρέσκο Γάλα ΕΛΓΑΛ, το οποίο και κατέχει την πρωταρχική θέση στην αγορά του Φρέσκου Γάλακτος, χρησιμοποιούν στις διαφημίσεις της εταιρίας απευθείας την μάρκα. Ακόμα, η ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) στις διαφημίσεις της για το γάλα, προβάλλει συνεχώς τη μοναδικότητά του, τονίζει την ποιότητα και την αξιοπιστία του, τα οποία στοιχεία και αποτελούν σημαντικές διαφορές από τα ανταγωνιστικά γάλατα, ως αποτέλεσμα να υπάρχει μια άκρως αποτελεσματική διαφήμιση.

Το συναίσθημα είναι ένα επιπλέον στοιχείο που περιλαμβάνεται πάντα στις διαφημίσεις της ΕΛΓΑΛ (, του οποίου η ύπαρξη χρησιμοποιείται ως παρότρυνση στα διαφημιστικά μηνύματα του Φρέσκου Γάλακτος και επομένως υπάρχει μια άκρως αποτελεσματική διαφήμιση. Τέλος, ως η σημαντικότερη προϋπόθεση για να έχει η ΕΛΓΑΛ μια αποτελεσματική διαφήμιση για το προϊόν της, είναι φυσικά η ύπαρξη επαρκών κεφαλαίων για την υποστήριξη του προγράμματος προβολής του. Η διαφήμιση πρέπει να γίνεται σε ευρεία κλίμακα, ώστε να δημιουργεί μια αποτελεσματική εντύπωση στην αγορά, το οποίο γνωρίζει πάρα πολύ καλά η εταιρία ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) και προσπαθεί να το υλοποιεί με οποιοδήποτε κόστος. Πρέπει να τονίσουμε επίσης, ότι η αποτελεσματική διαφήμιση για την ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) δεν εξαρτάται μόνο από την παρουσία μιας από τις παραπάνω προϋποθέσεις, αλλά από τον καλό και αποτελεσματικό συνδυασμό



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ



7α. Η εικόνα της Ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας το 2013

Υπερδανεισμός, μειωμένη ρευστότητα και επιδείνωση των χρηματοοικονομικών μεγεθών χαρακτηρίζουν την εγχώρια γαλακτοβιομηχανία, η οποία διέρχεται μία από τις δυσκολότερες περιόδους της με αρνητικά αποτελέσματα στις περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου.

Το περιθώριο κέρδους των περισσότερων γαλακτοβιομηχανιών έχει περικοπεί σε μεγάλο βαθμό, ενώ βέβαια στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν όγκο πωλήσεων και μερίδια αγοράς, εισέρχονται πολύ περισσότερο, σε σχέση με το παρελθόν, στην παραγωγή private-label για το λιανεμπόριο.

Έτσι, παρατηρείται πλέον σε κάποιες περιπτώσεις το φαινόμενο βιομηχανίες, οι οποίες μέχρι πρότινος απείχαν ή ήταν πολύ επιλεκτικές στην παραγωγή private-label, να δραστηριοποιούνται πλέον πολύ πιο ενεργά σ' αυτό τον τομέα. Μάλιστα φτάνουν στο σημείο να παράγουν για λογαριασμό σούπερ-μάρκετ προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία εμφανώς κάνουν ζημία στα αντίστοιχα επώνυμά τους.

Για του λόγου του αληθές, στο πρώτο τετράμηνο του 2013, σύμφωνα με στοιχεία της Nielsen, υφίστανται αρκετές προϊόντικές κατηγορίες private-label, που εξακολουθούν να αναπτύσσονται και να παίρνουν μερίδιο από τα επώνυμα είδη, όπως τα τυροκομικά, οι πωλήσεις των οποίων ενισχύθηκαν κατά το εξεταζόμενο διάστημα κατά 26,5% και το γάλα (+6,6%).

Η μετατροπή, έστω και σε κάποιο βαθμό, των μεσαίων γαλακτοβιομηχανιών σε επιχειρήσεις φασόν, μπορεί να λειτουργήσει στην πράξη εάν η εξειδίκευσή τους καλύπτει ρεαλιστικές ανάγκες της αγοράς, τις οποίες μπορούν να εξυπηρετήσουν με συνέπεια.

Υποχώρηση της παραγωγής: Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, το πρώτο πεντάμηνο του 2013, σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2012, μειώθηκε η παραγωγή επεξεργασμένου ρευστού γάλακτος κατά 9,4%, γιαουρτιών και άλλων ειδών γάλακτος που έχουν υποστεί ζύμωση ή οξίνιση κατά 5,4% και παγωτών κατά 2,1%.

Παράλληλα, αυξήθηκε η παραγωγή γάλακτος και κρέμας γάλακτος με περισσότερο από 6% λίπος και μη συμπυκνωμένων ή ζαχαρούχων κατά 1,6%, βουτύρου και άλλων γαλακτοκομικών για επάλειψη κατά 0,1% και τυροκομικών προϊόντων κατά 5,3%.

Βιομηχανίες : Στο πλαίσιο αυτό, οι συνολικές πωλήσεις 95 βιομηχανικών και βιοτεχνικών επιχειρήσεων του κλάδου (σύμφωνα με στοιχεία από το ΓΕΜΗ, την Icar Group κ), οι οποίες έχουν αποκλειστικό ή βασικό αντικείμενο την παραγωγή και την τυποποίηση γάλακτος και άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων, ανήλθαν το 2012 σε 1,70 δισ. ευρώ και σε σύγκριση με το 2011, μειώθηκαν κατά 0,7%.

Με συνολικά πάγια και κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία αξίας 2,1 δισ. ευρώ, οι επιχειρήσεις αυτές μεγάλου, μεσαίου και μικρού μεγέθους, σημαντικός αριθμός των οποίων ασχολείται αποκλειστικά με την παραγωγή και την τυποποίηση τυριών, κατέγραψαν: Συνολικά μεικτά κέρδη ύψους 336,16 εκατ. ευρώ (19,7% των πωλήσεων), έναντι αντίστοιχων κερδών 339,97 εκατ. ευρώ (19,8% των πωλήσεων) το 2011.

Συνολικά κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) ύψους 108,83 εκατ. ευρώ (6,4% των πωλήσεων), έναντι αντίστοιχων κερδών 104,94 εκατ. ευρώ (6,1% των πωλήσεων) το 2011.

Συνολικά κέρδη προ φόρων και τόκων (EBIT) ύψους 26,18 εκατ. ευρώ (1,5% των πωλήσεων), έναντι αντίστοιχων κερδών 20,48 εκατ. ευρώ (1,2% των πωλήσεων) το 2011.

Συνολικές ζημίες προ φόρων ύψους 45,58 εκατ. ευρώ (-2,7% των πωλήσεων), έναντι αντίστοιχων ζημιών 43,58 εκατ. ευρώ (-2,5% των πωλήσεων) το 2011.

Συνολικές καθαρές ζημίες 48,69 εκατ. ευρώ (-2,9% των πωλήσεων), έναντι αντίστοιχων ζημιών 48,99 εκατομμυρίων ευρώ (-2,9% των πωλήσεων) το 2011.

Κόστος: Η απόδοση του συνολικού μέσου ενεργητικού των 95 εταιρειών σε κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) βελτιώθηκε το 2012 σε 5,2%, από 4,9% το 2011.

Σε σύγκριση με το 2011, το χρηματοοικονομικό κόστος των γαλακτοβιομηχανιών ήταν αυξημένο, γεγονός που συντέινε στην καταγραφή ζημιών, μεγάλο μέρος των οποίων οφείλεται, πάντως, σε απομειώσεις στοιχείων του ενεργητικού και σε άλλες, έκτακτες μη επαναλαμβανόμενες δαπάνες, άμεσα συνυφασμένες με την αντιμετώπιση εμπορικών κινδύνων εξαιτίας της κρίσης ρευστότητας στην αγορά. Η εμφάνιση αρνητικών αποτελεσμάτων ήταν και απόρροια σε κάποιο βαθμό και της καταβολής αποζημιώσεων προσωπικού, καθώς και της γενικότερης αναδιοργάνωσης και προσαρμογής των επιχειρήσεων στο νέο οικονομικό περιβάλλον.

Παραμένουν υψηλές οι τιμές παραγωγού: Όπως προκύπτει από πρόσφατη καταγραφή της ΠΑΣΕΓΕΣ για την κατάσταση της αγοράς γάλακτος και τις προοπτικές της, οι υψηλότερες τιμές παραγωγού στο γάλα τον Απρίλιο του 2013 ήταν στην Κύπρο 57,6 ευρώ/100 κιλά, στη Μάλτα 52,6 ευρώ/100 κιλά, στην Ελλάδα 44,1 ευρώ/100 κιλά και στη Φινλανδία (43,4 ευρώ/100 κιλά). Στον αντίποδα οι χαμηλότερες τιμές σημειώθηκαν στην Πολωνία (30,3 ευρώ/100 κιλά), τη Λετονία (29,6 ευρώ/100 κιλά), τη Ρουμανία (29,2 ευρώ/100 κιλά) και τη Λιθουανία (28,9 ευρώ/100 κιλά).

Τους πρώτους μήνες του 2013, η παραγωγή γάλακτος στην Ε.Ε. επηρεάστηκε σημαντικά από τις κλιματικές συνθήκες και τις υψηλές τιμές των ζωοτροφών, οι οποίες συμπίεσαν τα περιθώρια κέρδους των παραγωγών, όπως αναφέρθηκε σε πρόσφατη συνεδρίαση της σχετικής συμβουλευτικής επιτροπής της Ε.Ε., στις 2 Ιουλίου, στην οποία συμμετείχε εκπρόσωπος της ΠΑΣΕΓΕΣ.

Χαρακτηριστικό της εν λόγω κατάστασης είναι το γεγονός πως οι παραδόσεις γάλακτος στην Ε.Ε. 15 κρατών-μελών μειώθηκαν κατά 3%, κατά τη διάρκεια των τεσσάρων πρώτων μηνών του 2013, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2012.

7β. Το σύστημα πωλήσεων της ΕΛΓΑΛ

Η κυριότερη δραστηριότητα των πωλήσεων εντοπίζεται στην - Αναζήτηση και ο Εντοπισμό Νέων Πελατών -

Σε αυτή την περίπτωση ο βασικός σκοπός του πωλητή, είναι να περάσει το μήνυμα ότι η εταιρία είναι σοβαρή και υπεύθυνη. Επίσης, για να αναλάβει ένας πωλητής την παραπάνω λειτουργία θα πρέπει να διαθέτει κάποια αυξημένα προσόντα όπως:

- να τοποθετεί σωστές ποσότητες στα ράφια,
- τα προϊόντα που πουλάει να είναι περισσότερα από τις επιστροφές,
- να είναι καλός στην επικοινωνία και να μπορεί να πείθει τους πελάτες για το προϊόν,
- να είναι ενημερωμένος για το προϊόν και να μπορεί να απαντά σε όλες τις ερωτήσεις,
- να έχει εμπειρία,

- να είναι πληροφορημένος στο επίπεδο που αφορά την αγορά,
- να έχει πλατύ μυαλό,
- να παίρνει πρωτοβουλίες και επίσης, - σημαντικό ρόλο στις μέρες μας είναι η εξωτερική εμφάνιση του πωλητή.

β) Η Υποστήριξη Του Πελάτη Κατά και Μετά Την Πώληση

Η εταιρία υποστηρίζει με διάφορες παροχές τους πελάτες της, τοποθετώντας φυλλάδια π.χ. στα σούπερ μάρκετ, δίνοντας εκπαιδευτικά κουπόνια ή περισσότερη ποσότητα προϊόντος στην ίδια τιμή.

Ο κορμός στην διαδικασία των πωλήσεων, είναι τα στάδια που πρέπει να ακολουθούνται σε μία πώληση. Οι πωλητές μπορούν να πάρουν πρωτοβουλίες και να συγχωνεύσουν ή ακόμη και να παραλείψουν κάποια στάδια, τα οποία είναι τα εξής:

1. Ο εντοπισμός των υποψηφίων πελατών
2. Η πρώτη επαφή και προσέγγιση
3. Η παρουσίαση
4. Το δοκιμαστικό κλείσιμο της συμφωνίας της πώλησης και η αντιμετώπιση των αντιρρήσεων
5. Το κλείσιμο της συμφωνίας
6. Η μετέπειτα παρακολούθηση.

Κάθε τέλος της χρονιάς, γίνεται καταγραφή του λιανικού εμπορίου, την οποία η εταιρία την αγοράζει από το επιχειρηματικό περιοδικό " Τρόφιμα και Ποτά" και έπειτα, αφού επιλέξει τους υποψήφιους πελάτες της προσεγγίζει. Έτσι, γίνεται ο εντοπισμός των υποψήφιων πελατών.

γ) Η Εκπαίδευση Των Πωλητών

Ένας από τους κυριότερους κορμούς της πώλησης είναι η παρουσίαση, όπου οι πωλητές της εταιρίας ΕΛΓΑΛ ενημερώνουν τον πελάτη για τα πλεονεκτήματα του σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα, το όφελος που θα αποκομίσει με τη χρήση του προϊόντος, τη χρησιμότητα του, και τέλος να του δημιουργήσει την εντύπωση ότι το προϊόν του είναι απαραίτητο, καθώς και την επιθυμία να το αγοράσει.

Επίσης, κρίνεται απαραίτητη η συνεχείς εκπαίδευση των πωλητών, η οποία θα του επιτρέψει να αναπτύξει πρωτοβουλία και υπεύθυνη δραστηριότητα.

Η ΕΛΓΑΛ, κάνει συχνά σεμινάρια για την εκπαίδευση των πωλητών είτε εξωτερικά, είτε εσωτερικά (δηλαδή, σεμινάρια μέσα στην εταιρία, π.χ. για να προσαρμόζονται οι νέοι πωλητές, να γνωρίζουν τις τιμές, κ.α.). Τον πρώτο καιρό, βέβαια, οι πωλητές έχουν την υποστήριξη των παλαιών πωλητών ή προϊσταμένων.

Ένα επίσης θέμα που συνδέεται με την εργασία του πωλητή, είναι και η αμοιβή του. Η εταιρία αμείβει τους πωλητές της με βασικό μισθό και όχι με ποσοστά, καθώς επίσης τους παρέχει bonus, από τον προϋπολογισμό της εταιρίας, προκειμένου να τους δώσει κίνητρα να πραγματοποιήσουν μεγαλύτερες πωλήσεις.

Τέλος, ως κυριότεροι λόγοι αποτυχίας των πωλητών, αναφέρονται ο ανεπαρκής σχεδιασμός και οργάνωση, η έλλειψη πρωτοβουλίας, η έλλειψη ενθουσιασμού και κινήτρων, η ανεπαρκής γνώση των προϊόντων και κυρίως η έλλειψη εκπαίδευσης.

7γ. Αρμοδιότητες πωλητών ΕΛΓΑΛ

Η εταιρία ΕΛΓΑΛ, δεν χρησιμοποιεί προσωπικούς πωλητές, αλλά διαθέτει έναν γενικό διευθυντή και τέσσερις επιθεωρητές πωλήσεων, οι οποίοι ασχολούνται με τις πωλήσεις.

Αυτό έγινε, γιατί το 1992 έγινε συγκέντρωση της αγοράς και το κόστος των προσωπικών πωλήσεων ήταν μεγάλο, με αποτέλεσμα οι προσωπικές πωλήσεις να αρχίσουν να φθίνουν. Επίσης, διαθέτει φορτηγά-ψυγεία για την διανομή των προϊόντων, οι οδηγοί των οποίων χρησιμοποιούνται και ως πωλητές. Ακόμη, η εταιρία χρησιμοποιεί την μέθοδο των πωλήσεων door to door (πόρτα-πόρτα).

Οι αρμοδιότητες των πωλητών είναι οι παρακάτω:

-  να διαπραγματεύονται τις τιμές και τον τρόπο πληρωμής,
-  να ελέγχουν το stock των προϊόντων που διαθέτει η εταιρεία,
-  να εξηγούν και να ερμηνεύουν τις πολιτικές της εταιρίας,
-  να παίρνουν παραγγελίες, - να είναι κοντά στα προβλήματα που μπορεί να δημιουργηθούν και έτοιμοι να τα αντιμετωπίσουν,
-  να είναι επικεντρωμένοι σε έναν στόχο και επίσης,
-  να μεταφέρουν τα τυχόν παράπονα των καταναλωτών προς το προϊόν στην εταιρία για την γρήγορη επίλυσή τους.

7δ. Υπόδειγμα τιμολογίου πωλήσεων



ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Θινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
T.K. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
shte: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ 199202

28.4.2014

ΧΡΕΩΣΗ ΣΕ

ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΠΡΟΣ

ΟΔΗΓΙΕΣ

**SUPER MARKET
ΜΑΝΟΣ
28ΗΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 34,
ΧΑΛΚΙΔΑ 341 00,
ΕΛΛΑΔΑ**

**SUPER MARKET
ΜΑΝΟΣ**

ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΕΩΣ 11.00 Π.Μ.

ΠΟΣΟΤΗΤΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

ΣΥΝΟΛΟ

100

Φρέσκο γάλα -πλήρες 2% λιπαρά -
0,5 lt

0,49

49,00€

ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ
80	Φρέσκο γάλα –πλήρες 2% λιπαρά - 1lt	1,06	84,80€
70	Φρέσκο γάλα -πλήρες 4 % λιπαρά – 1lt	0,80	56,00€
55	ΠΑΤΡΟΠΑΡΑΔΟΤΟ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ - πλήρες 2% λιπαρά 1lt	1,02	56,10€
50	Οικογενειακή θαλπωρή ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ –πλήρες 4% λιπαρά -1,5 lt	1,50	75,00€
70	ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ elchoco –άπαχο γάλα με κακάο – 450ml	1,24	86,80€

ΥΠΟΣΥΝΟΛΟ

407.70€

ΦΟΡΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

53.00€

ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΕΚΠΕΡΑΙΩΣΗ

28/4/2014

ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΟΦΕΙΛΟΜΕΝΟΥ ΠΟΣΟΥ ΜΕΧΡΙ 28.5.2014

460,70€

Ευχαριστούμε για τη συνεργασία σας!



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ



8α. Οι στόχοι του τμήματος

Ο Διευθυντής Παραγωγής είναι υπεύθυνος για το συντονισμό και την υλοποίηση του προγράμματος παραγωγής με σκοπό να παραχθούν προϊόντα υψηλής ποιότητας με το μικρότερο δυνατό κόστος. Είναι δηλαδή υπεύθυνος για το σχεδιασμό, προγραμματισμό και έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας (διαχείριση παραγωγής).

Ειδικότερα για την παραγωγή ενός προϊόντος ο Διευθυντής Παραγωγής:

-  Φροντίζει για την κατασκευή δειγμάτων των προϊόντων που προτείνονται για παραγωγή καθώς και το τελικό δείγμα, σε συνεργασία με τον Μηχανικό Σχεδίασης, και τους Διευθυντές Έρευνας, Ποιοτικού Ελέγχου και Μάρκετινγκ.
-  Σχεδιάζει σε συνεργασία με την ομάδα των Μηχανικών Παραγωγής, τη γραμμή παραγωγής του κάθε προϊόντος και υπολογίζει τον απαιτούμενο χρόνο των επιμέρους εργασιών.
-  Αλλάζει το πρόγραμμα παραγωγής, αν διαπιστώσει ότι ο αρχικός σχεδιασμός παραγωγής δεν είναι αποδοτικός (βελτιστοποίηση της γραμμής — ροής παραγωγής).
-  Αναλύει όλους τους παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία της παραγωγής (μεταφορές, φορτοεκφορτώσεις, διαδικασίες συντήρησης, συσκευασίας κ.λπ.).
-  Καθορίζει, σε συνεργασία με τον διευθυντή Ποιοτικού Ελέγχου, το σύστημα και τα σημεία ελέγχου της παραγωγής (κρίσιμα σημεία ελέγχου).
-  Επιβλέπει όλες τις φάσεις της παραγωγής για να διαπιστώσει ότι όλα γίνονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές που έχουν οριστεί.
-  Φροντίζει για την καλύτερη διακίνηση των πρώτων υλών από τις αποθήκες στο χώρο παραγωγής καθώς και τη ροή κι εσωτερική διακίνηση των προϊόντων
-  Οργανώνει το χώρο παραγωγής επιλέγοντας τα κατάλληλα μηχανήματα με σκοπό την αυτοματοποίηση της παραγωγής, ύστερα από εισήγηση της ομάδας των Μηχανικών Παραγωγής.
-  Προγραμματίζει την ποσότητα και το ρυθμό παραγωγής σύμφωνα με τις απαιτήσεις της αγοράς και τη δυνατότητα παραγωγής της επιχείρησης.
-  Εξασφαλίζει, σε συνεργασία με το τμήμα προμηθειών, τις απαραίτητες πρώτες ύλες και τον εξοπλισμό.
-  Επιλέγει, σε συνεργασία με τον Διευθυντή Προσωπικού, το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό.
-  Αντιμετωπίζει έκτακτα προβλήματα, (βλάβες μηχανημάτων, απουσία προσωπικού κ.λπ.).
-  Λαμβάνει μέτρα ώστε η επιχείρηση να μην ρυπαίνει το περιβάλλον.
- 

8β. Η τεχνολογία παραγωγής του παστεριωμένου γάλακτος

Ως πρώτη ύλη, το γάλα, συλλέγεται από τους σταθμούς συλλογής σε διάφορα σημεία της Ελλάδας, μεταφέρεται όσο το δυνατό συντομότερα στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου μας με ειδικά ισόθερμα βυτία τα οποία εξασφαλίζουν χαμηλή από έγγραφα ποιοτικού και ποσοτικού ελέγχου. Κατά την παραλαβή του γάλακτος, αυτό ζυγίζεται και ελέγχεται ξανά ποιοτικά (χημικά και μικροβιολογικά) όχι μόνο πριν αλλά και μετά την μεταφορά του.

Στην συνέχεια το γάλα μεταφέρεται σε δεξαμενές όπου γίνεται η προετοιμασία των διαφόρων προϊόντων. Κατά την προετοιμασία αυτή τα προϊόντα ελέγχονται και πάλι ποιοτικά και οδηγούνται μέσω <γραμμών> μεταφοράς προς επεξεργασία. Κατά την διαδικασία της επεξεργασίας του, το γάλα υφίσταται μηχανική απομάκρυνση του φυσικού βακτηριακού του φορτίου. Οι διαδικασίες αυτές καθώς και αυτές που περιγράφονται παρακάτω γίνονται με φυσικό τρόπο και δεν επιβαρύνουν σε καμία περίπτωση το γάλα. Αναλόγως του τελικού επιθυμητού προϊόντος, το γάλα εν συνεχεία υφίσταται περαιτέρω φυσικές διαδικασίες όπως:

- **Ομογενοποίηση** (για την καλύτερη εμφάνιση και υφή του τελικού προϊόντος) και
- **Παστερίωση** ήπια θερμική επεξεργασία στους 72-79 C που του επιτρέπει να διατηρεί αναλλοίωτα όλα τα πολύτιμα θρεπτικά συστατικά του, στην ποσότητα που η φύση έχει προβλέψει.

- **Αποκορύφωση** προς παραγωγή κρέμας και άπαχου γάλακτος.

- **Ανάμειξη** με άλλα υλικά (κακάο, ζάχαρη κλπ), βάσει προδιαγραφών και συνταγών σε κατάλληλους βραστήρες.

- **Παστερίωση**

Κατά τις παραπάνω διαδικασίες τα προϊόντα επιβάλλονται σε επιπρόσθετους ποιοτικούς ελέγχους τόσο χημικούς όσο και μικροβιολογικούς.

Το τελικό προϊόν μεταφέρεται σε δεξαμενές προσωρινής αποθήκευσης υπό ψύξη (2 C) μέχρι να οδηγηθεί προς εμφιάλωση. Πριν την εμφιάλωση το τελικό προϊόν ελέγχεται και πάλι ποιοτικά.

Οι μηχανές εμφιάλωσης συσκευάζουν σε συσκευασίες χωρητικότητας 0.25, 0.5, 0.75, 1 και 2 lt. Κατά την διάρκεια της εμφιάλωσης και σε τακτά χρονικά διαστήματα, το τμήμα ποιοτικού ελέγχου λαμβάνει δείγματα και πραγματοποιεί πλήθος χημικών και μικροβιολογικών ελέγχων με σκοπό την διασφάλιση άριστης ποιότητας. Οι χάρτινες συσκευασίες οδηγούνται αυτόματα σε συσκευαστικές μηχανές καλαθιών τα οποία γεμίζονται ανάλογα με το μέγεθος της συσκευασίας με τον απαραίτητο αριθμό φιαλών. Τα καλάθια οδηγούνται στη συνέχεια σε χώρους ψύξεως όπου η θερμοκρασία δεν υπερβαίνει τους 3 C και από εκεί ειδικά φορτηγά ψυγεία τα διανέμουν υπό ψύξη (4C) στα σημεία πώλησης.

- Όλες οι διαδικασίες παραγωγής και επεξεργασίας ρυθμίζονται και ελέγχονται από ηλεκτρονικούς υπολογιστές και είναι πλήρως αυτοματοποιημένες, με αποτέλεσμα το γάλα να μην έρχεται σε επαφή με τον άνθρωπο σε καμία περίπτωση.

- Όλος ο εξοπλισμός, αποθήκευσης, μεταφοράς, και επεξεργασίας του γάλακτος καθαρίζεται και εξυγιαίνεται πριν από την χρήση του μέσω ενός συστήματος και απολύμανσης.

- Το έμπειρο και εκπαιδευμένο προσωπικό του εργοστασίου μας ακολουθεί όλους τους κανόνες υγιεινής και ενημερώνεται τακτικά σε θέματα καθαριότητας.

- Οι παραπάνω διαδικασίες καταγράφονται λεπτομερώς από σύστημα Η/Υ σε καθημερινή βάση και τηρείται αρχείο με πλήθος πληροφοριών όσον αφορά στον χρόνο, τις συνθήκες και τα αποτελέσματα τους.

- **Συσκευασία** :Η συσκευασία έχει ως σκοπό την πλήρη απομόνωση του τελικού προϊόντος από το εξωτερικό περιβάλλον και τους παράγοντες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την διατηρησιμότητά του .Αυτό επιτυγχάνεται με ένα αδρανές υλικό στο εσωτερικό του κουτιού το οποίο χωρίς να επηρεάζει το προϊόν, το προστατεύει και το διατηρεί. Εξωτερικά, η συσκευασία πληροφορεί τους καταναλωτές για τις προδιαγραφές του προϊόντος , την ημερομηνία λήξης του, καθώς επίσης αναφέρει όλα τα στοιχεία εκείνα που πρέπει σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών.

- **Συνθήκες συμπεριφοράς στο τελικό προϊόν**

Για τη σωστή διατήρηση των γαλακτοκομικών προϊόντων , δυο παράγοντες είναι πολύ σημαντικοί:

1.Ελαχιστοποίηση των μηχανικών καταπονήσεων :Οι φιάλες θα πρέπει να μεταφέρονται και να χειρίζονται με την μεγαλύτερη δυνατή προσοχή ,έτσι ώστε να αποφεύγεται η φθορά της συσκευασίας. Κάθε φθορά της συσκευασίας εκτός από προβλήματα στην εμφάνιση πιθανόν να προκαλέσει και μείωση στην διατηρησιμότητά του προϊόντος

2.Μεταφορά και χειρισμός υπό συνεχή ψύξη: Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δίνεται σε κάθε διαδικασία διακίνησης και χειρισμού του τελικού προϊόντος, έτσι ώστε αυτό να τελεί πάντα υπό συνθήκες ψύξης. Διατηρώντας το γάλα σε χαμηλές θερμοκρασίες σε κάθε στάδιο διακίνησης του , από την παράδοσή του στους χώρους πώλησης αυξάνεται η διατηρησιμότητα του και μειώνεται η πιθανότητα απώλειας κάποιων από τα χαρακτηριστικά του.

Για το σκοπό αυτό, η ΕΛΓΑΛ εφαρμόζει το σύστημα παρακολούθησης της θερμοκρασίας ψύξης των θαλάμων σε φορτηγά διακίνησης ΕΛΓΑΛ, μέσω δορυφορικού σήματος (GPRS).

8γ. Η παραγωγή του γάλακτος και στους 3 τομείς παραγωγής

Η διαδρομή του γάλακτος από τον πρωτογενή τομέα έως τον τριτογενή περιλαμβάνει 8 στάδια . Αυτά τα οκτώ στάδια είναι (κατά σειρά):

1. εκτροφή αγελάδων- 2. συγκομιδή- 3. αποθήκευση-4. μεταφορά-5. εργαστηριακές δοκιμές-6.επεξεργασία-7. συσκευασία και 8. πώληση.



Βήμα 1ο:
Εκτροφή αγελάδων
γαλακτοπαραγωγής



Βήμα 2ο:
Συγκομιδή γάλακτος
(άρμεγμα)



Βήμα 3ο:
Αποθήκευση
του γάλακτος



Βήμα 4ο:
Μεταφορά για
επεξεργασία



Βήμα 5ο:
Ποιοτικός έλεγχος
(εργαστηριακές δοκιμές)



Βήμα 6ο:
ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ
**(Αποθήκευση-ομογενοποίηση-
παστερίωση -ανάμειξη)**



Βήμα 7ο:
Συσκευασία



Βήμα 8ο:
Διακίνηση σε σημεία
πώλησης



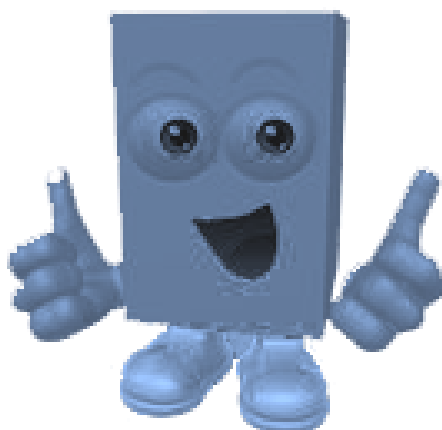
Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



9α.Οι στόχοι του τμήματος

Ο Διευθυντής σχεδίασης προϊόντων ή βιομηχανικός σχεδιαστής συμβάλλει στο να παράγονται προϊόντα μαζικής παραγωγής που προορίζονται για κατανάλωση, τα οποία να είναι λειτουργικά και υψηλής αισθητικής, να έχουν δηλαδή με αυτόν τον τρόπο το πλεονέκτημα στον ανταγωνισμό έναντι παρόμοιων προϊόντων. Σύμφωνα με την IDSA (Industrial Design Society of America) ο Βιομηχανικός Σχεδιασμός είναι η επαγγελματική υπηρεσία της δημιουργίας και εξέλιξης ιδεών και χαρακτηριστικών που βελτιώνουν τον τρόπο λειτουργίας, την αξία και την αισθητική εμφάνιση των προϊόντων και συστημάτων προϊόντων, με σκοπό την εξίσου μέγιστη ωφέλεια τόσο του χρήστη όσο και του κατασκευαστή. Ο βιομηχανικός σχεδιασμός (Industrial Design ή Product Design) δημιουργήθηκε στα τέλη του 19ου αιώνα με τον καταμερισμό της εργασίας στην βιομηχανία.

Ο σχεδιασμός προϊόντων είναι λοιπόν μια δημιουργική δουλειά που σκοπό του έχει να ορίσει τις διάφορες ποιότητες των προϊόντων ή συστημάτων προϊόντων και αποτελεί τον κεντρικό παράγοντα ώστε να γίνει το προϊόν ελκυστικό σε αυτόν που απευθύνεται προς χρήση. Ο μηχανικός σχεδίασης προϊόντων ασχολείται είτε με τον σχεδιασμό νέων προϊόντων ή με την βελτίωση αυτών που ήδη παράγονται. Συχνά οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον βιομηχανικό σχεδιασμό (design), είναι αρχιτέκτονες ή επαγγελματίες σε άλλες οπτικές τέχνες και ανήκουν συνήθως σε μία ευρύτερη δημιουργική ομάδα. Το έργο τους περιλαμβάνει γραφικές τέχνες, όπως την διαφήμιση και την συσκευασία προϊόντος με την εταιρική εικόνα και το λογότυπο. Ασχολείται λοιπόν με τις προδιαγραφές που πρέπει να έχει ένα νέο ή ένα προς βελτίωση προϊόν. Λαμβάνοντας πάντα υπόψη το κόστος παραγωγής- βελτίωσης του προϊόντος, προβαίνει στον σχεδιασμό του και κατασκευάζει δείγμα αυτού. Ο μηχανικός σχεδιασμού προϊόντων έχει πάντα ως στόχο να συνδυάζει την υψηλή ποιότητα των προϊόντων με την ελκυστική εμφάνιση και το χαμηλότερο δυνατό κόστος και να καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος του φάσματος, του καταναλωτικού κοινού στο οποίο απευθύνονται τα προϊόντα.

Όπως σε κάθε βιομηχανία, έτσι και στην γαλακτοβιομηχανία ο μηχανικός σχεδιασμού προϊόντος αναλαμβάνει να σχεδιάσει i) τη μορφή και το σχήμα του προϊόντος που στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι οι συσκευασίες των διαφόρων κατηγοριών γάλακτος ii) λογότυπα και εικονίδια για την συσκευασία τους και iii) αφίσες για την διαφημιστική καμπάνια.

9β. Η χάρτινη συσκευασία γάλακτος

Η πιο δημοφιλής συσκευασία φρέσκου γάλακτος στην Ελλάδα είναι η χάρτινη και συγκεκριμένα η <σύνθετη χάρτινη συσκευασία>. Η σύνθετη χάρτινη συσκευασία είναι κουτί φτιαγμένο από ειδικό χαρτί το οποίο ονομάζεται σύνθετο ή επικαλυμμένο.

Το χαρτί το οποίο αποτελεί την σύνθετη χάρτινη συσκευασία, περιλαμβάνει χαρτόνι υψηλής ποιότητας μη ανακυκλωμένο, φύλλα-foil αλουμινίου και πλαστικού τα οποία είναι

ενωμένα μεταξύ τους υπό ισχυρή πίεση κυλίνδρων. Όλα αυτά τα υλικά συνδυασμένα προσδίδουν πολλά πλεονεκτήματα σε αυτού του είδους τη συσκευασία.

Στην Ελλάδα, ο τύπος σύνθετης χάρτινης συσκευασίας ο οποίος χρησιμοποιείται για τη συσκευασία του φρέσκου γάλακτος είναι το χαρτόνι με επίστρωση παραφίνης από τη μία πλευρά-εξωτερικά-και φύλλο πολυαιθυλενίου από την εσωτερική πλευρά. Η συσκευασία αυτή χρησιμοποιείται για το φρέσκο παστεριωμένο γάλα και αντέχει σε καλή κατάσταση μέχρι τρεις μέρες.

Η τελική μορφή συσκευασίας αποτελείται από δυο μέρη. Το πρώτο μέρος είναι η σύνθεση και η παραγωγή του σύνθετου χαρτιού και το δεύτερο μέρος είναι η τεχνολογία που χρησιμοποιείται για το εκάστοτε προϊόν που θα συσκευαστεί, η μορφοποίηση του σύνθετου χαρτιού σε κουτί και η εκτύπωση του χαρτιού. Σε γενικές γραμμές αυτή η διαδικασία ακολουθείται αν και κάθε εταιρεία ανάλογα με τα μηχανήματα που διαθέτει τροποποιεί την τεχνολογία συσκευασίας. Οι διάφορες εταιρείες που κατασκευάζουν χάρτινες συσκευασίες διαφέρουν ως προς τον τεχνολογικό τους εξοπλισμό και συνεχώς ερευνούν για νέους τύπους χαρτιού που θα είναι κατάλληλοι για την συσκευασία των προϊόντων των αγοραστών τους.

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΕΛΓΑΛ: Η σύνθετη χάρτινη συσκευασία ELGALPAK με 4 τύπους υλικών εξασφαλίζει :

- * Προστασία από βακτήρια και υγρασία
- * Αντοχή και προφύλαξη από το φως
- * Σταθερότητα και ασφαλή μεταφορά..

9γ.Πλαίσιο σχεδιασμού προϊόντος

Το γενικό πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού προϊόντος, δηλαδή τα στοιχεία που πρέπει να εξεταστούν για να ληφθούν αποφάσεις, είναι :

- ✚ Η στρατηγική της επιχείρησης για την επόμενη περίοδο. Αυτή περιλαμβάνει την αποστολή της επιχείρησης καθώς και τις στρατηγικές προτεραιότητες που αυτή έχει θέσει.

✚ Ο καθορισμός του προϊόντος ή υπηρεσίας που θα προστεθεί στο σύνολο των προϊόντων της επιχείρησης.

- ✚ Οι προτεραιότητες που τίθενται από την επιχείρηση όσο αφορά στο marketing των προϊόντων της.

Η ανάπτυξη αγοράς (κατά προϊόν ή κατά υποκατηγορία προϊόντος).

- ✚ Ο προσδιορισμός της πηγής προμήθειας (ιδιοπαραγωγή, επιλογή μεταξύ διεθνών και τοπικών προμηθευτών).

- ✚ Σχέδια για απόκτηση νέων περιουσιακών στοιχείων με σκοπό να επιταχυνθεί η εκτέλεση προγραμμάτων ανάπτυξης προϊόντων

- ✚ Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, που σημαίνει είτε νέα συνεργασία με άτομα που διαθέτουν τη γνώση και μπορούν να βοηθήσουν στην εκπλήρωση των στόχων της εταιρίας, είτε ανάπτυξη των βασικών ικανοτήτων που απαιτούνται στο ήδη υπάρχον δυναμικό.

- 🌀 Ο προσδιορισμός των χρηματοοικονομικών στόχων για την επόμενη περίοδο, για παράδειγμα ο προσδιορισμός των επιθυμητών εισπράξεων, των κερδών κτλ. Το πρόγραμμα εφαρμογής που έχει να κάνει με την αντιμετώπιση κρίσιμων ζητημάτων, την ανάληψη πρωτοβουλιών και την προώθηση αλλαγών.

9δ.Διαδικασία σχεδιασμού νέου προϊόντος

Η διαδικασία σχεδιασμού ενός νέου προϊόντος (ή αλλιώς διαδικασία ανάπτυξη προϊόντος) είναι πολύπλοκη και χρονοβόρα. Στη συνέχεια θα περιγραφούν οι κύριες φάσεις της. Στην πράξη οι δραστηριότητες που σχετίζονται με κάθε φάση δεν εκτελούνται πάντα με αυτή τη σειρά, αλλά υπάρχουν επικαλύψεις, επιστροφή σε προηγούμενη φάση και άλλες αποκλίσεις που επιβάλλονται από τον τρόπο οργάνωσης της εταιρίας και ενδεχόμενα γεγονότα που δεν είναι δυνατό να προβλεφθούν.

Οι κύριες φάσεις είναι :

1) Αναζήτηση στόχων και ιδεών. Οι παράγοντες με τη βοήθεια των οποίων προκύπτουν οι ιδέες για νέα προϊόντα ή για βελτιώσεις ήδη υπάρχοντων προϊόντων είναι οι ακόλουθοι :

α) Η ζήτηση της αγοράς, όπως εκφράζεται από συστηματικές έρευνες, από συγκεκριμένους πελάτες ή από το ευρύτερο καταναλωτικό κοινό. Η προσέγγιση αυτή έχει σαν στόχο να διαπιστώσει τις ανάγκες των αγοραστών όπως διαμορφώνονται στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

β) Η έρευνα, οι νέες ανακαλύψεις δηλαδή που οδηγούν σε δυνατότητα δημιουργίας νέων προϊόντων. Η έρευνα μπορεί να είναι βασική έρευνα, να αποβλέπει δηλαδή στη δημιουργία νέων γνώσεων, είτε να είναι εφαρμοσμένη έρευνα, δηλαδή να αποβλέπει στην δημιουργία γνώσεων με σκοπό την επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων.

2) Επιλογή ιδεών. Οι επικρατέστερες ιδέες, αυτές δηλαδή που επιλέγονται από τη διοίκηση, είναι αυτές που έχουν τις καλύτερες προοπτικές επιτυχίας. Πιο συγκεκριμένα, τα κριτήρια επιλογής είναι :

α) Η προοπτική αυτό το προϊόν να επιτύχει στην αγορά, να ικανοποιήσει δηλαδή τις ανάγκες των αγοραστών καλύτερα από τα ανταγωνιστικά προϊόντα.

β) Η δυνατότητα παραγωγής του με κέρδος

(Πείρα της επιχείρησης στον χώρο του προϊόντος. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση με είδη ένδυσης θα προτιμήσει να παράγει ένα άρωμα παρά μια ηλεκτρική συσκευή.

3) Προκαταρκτική σχεδίαση του προϊόντος. Αφού έχει επιλεγεί μια ιδέα προϊόντος, η διοίκηση προχωρά στην υλοποίηση των γενικών χαρακτηριστικών ή προδιαγραφών που το περιγράφουν.

4) Κατασκευή προτύπου, με τη βοήθεια του οποίου γίνεται τεχνολογικός έλεγχος και δοκιμή του προϊόντος.

5) Πρόβλεψη πωλήσεων. Σε αυτή τη φάση καθορίζεται η σκοπιμότητα του προϊόντος που αποσκοπεί στην τεκμηρίωση της τελικής απόφασης για την πραγματοποίηση ενός σχεδίου και την οριστικοποίηση των στοιχείων του σχεδίου.

6) Δοκιμή στην αγορά. Θεωρείται απαραίτητη η δοκιμή ενός νέου προϊόντος με τη βοήθεια του προτύπου, σ' ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα της πραγματικής αγοράς. Από τις

παρατηρούμενες πωλήσεις σε ορισμένο διάστημα, συλλέγονται στοιχεία από την οποία αξιολογείται ο βαθμός αποδοχής και οι επιδόσεις του νέου προϊόντος κτλ.

7) Ανάπτυξη προϊόντος. Σε αυτή τη φάση προσδιορίζονται οι οριστικές τεχνικές προδιαγραφές του προϊόντος και οργανώνεται η τελική μορφή της παραγωγικής διαδικασίας για την κατασκευή του.

8) Εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά. Είναι το τελευταίο στάδιο, κατά το οποίο φτάνει στα καταστήματα, και κατά συνέπεια στον καταναλωτή



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΣΗΣ

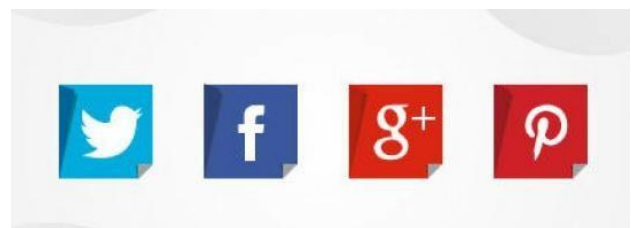


10α. Η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων από τις επιχειρήσεις

Η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το Twitter, ως πλατφόρμων συνεργασίας συνδέει τις επιχειρήσεις με τον υπόλοιπο κόσμο με δεκάδες διαφορετικούς τρόπους. Τα εν λόγω εργαλεία φέρνουν την τεχνολογία σε επαφή με τις επιχειρήσεις, συνδέουν τους ανθρώπους με τις πληροφορίες, καθιερώνουν πιθανούς νέους δρόμους προς την αγορά και βελτιώνουν την επικοινωνία με τους πελάτες και τη διάδοση του εμπορικού σήματος. Τα παραπάνω ευρήματα καταδεικνύουν ότι ο κόσμος των επιχειρήσεων βρίσκεται στα πρόωρα στάδια της υιοθέτησης αυτών των εργαλείων καθώς και στη διαδικασία υιοθέτησης σημαντικών προκλήσεων - όπως είναι η ανάγκη για διαχείριση των εργαλείων αυτών και η συμμετοχή του IT, που μπορεί να επηρεάσουν την ολοκλήρωση και υιοθέτηση των νέων πλατφορμών και τεχνολογιών. Όσο αφορά στην επιχειρηματική στρατηγική, τα social media χρησιμοποιούνται ως μέσα δημιουργίας εταιρικής εικόνας, ενημέρωσης, επικοινωνίας και ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες και έχουν απίστευτη δυναμική.

Οι εταιρείες που χρησιμοποιούν σωστά τα social networks μπορούν να «χτίσουν» την εικόνα τους, να αναπτύξουν τις δημόσιες σχέσεις τους καθώς και να δημιουργήσουν και ή να επηρεάσουν θετικά τις συζητήσεις που γίνονται γύρω από το brand τους «εκτοξεύοντας» την αναγνωσιμότητα και αξιοπιστία τους.

Οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης δημιουργούν ένα σημαντικό αριθμό ευκαιριών και προκλήσεων στον επιχειρησιακό κόσμο. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια έκρηξη τεχνολογικών εφαρμογών που βασίζονται στη λογική της



Κοινωνικής Δικτύωσης στα πλαίσια του Παγκόσμιου Ιστού, γεγονός που δε μπορεί παρά να επηρεάζει την επιχειρηματική δραστηριότητα στο σύνολό της. Οι νέες τεχνολογίες, όπως τα ιστολόγια (blogs), τα wikis, η κοινωνική σήμανση (tagging), οι ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης, δημιουργούν ευκαιρίες για νέους τρόπους ενδοεταιρικής συνεργασίας και διαχείρισης της γνώσης, αλλάζουν το τοπίο στην παροχή υπηρεσιών αλλά και στις διεπιχειρησιακές ανταλλαγές, ενώ παράλληλα αναδιαμορφώνουν τις υπάρχουσες επιχειρησιακές εφαρμογές.



Τα κύρια πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης σε μια επιχείρηση είναι ποικίλα. Αναλυτικότερα, κύριο πλεονέκτημα είναι η δυνατότητα που προσφέρεται στην επιχείρηση να απευθυνθεί σε αγορά τεράστιου μεγέθους, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Επιπλέον η τμηματοποίηση της αγοράς με βάση διάφορα κριτήρια όπως γεωγραφικά, κοινωνικά, δημογραφικά, εθνικά, θρησκευτικά γίνεται πολύ πιο εύκολα, ενώ η «πληροφορία» μεταφέρεται εύκολα και με γρήγορους ρυθμούς.

Οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση να προσφέρει συνεχώς κίνητρα στους καταναλωτές, γεγονός που αυξάνει την πιστότητα στα προϊόντα και υπηρεσίες της. Βασικό πλεονέκτημα είναι και η συνεχής και εύκολη

ανατροφοδότηση σχετικά με τη συμπεριφορά και τον βαθμό ικανοποίησης των καταναλωτών, γεγονός που διευκολύνει την έρευνα και συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχείρησης.



Επίσης, τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης κάνουν εφικτή την παρουσίαση της επιχείρησης 24 ώρες του εικοσιτετράωρου όλο τον χρόνο, μειώνουν το λειτουργικό κόστος, ενώ τέλος διευκολύνεται η εύρεση νέου προσωπικού.

Υπάρχουν πολλές μεγάλες εταιρίες που αυτή τη στιγμή απολαμβάνουν και εκμεταλλεύονται τα οφέλη του social media marketing. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Coca-Cola, που προσέγγισε το κοινό της μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, το photo και video sharing.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί το 93% των εταιριών μέχρι το 2018 θα χρησιμοποιούν εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης στο μάρκετινγκ, ενώ πολλές από αυτές χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα αποκλειστικά ως μάρκετινγκ εργαλεία.



Επίσης, η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το **Facebook** και το **Twitter**, ως πλατφόρμων συνεργασίας συνδέει τις επιχειρήσεις με τον υπόλοιπο κόσμο με δεκάδες διαφορετικούς τρόπους. Τα εν λόγω εργαλεία φέρνουν την τεχνολογία σε επαφή με τις επιχειρήσεις, συνδέουν τους ανθρώπους με τις πληροφορίες, καθιερώνουν πιθανούς νέους δρόμους προς την αγορά και βελτιώνουν την επικοινωνία με τους πελάτες και τη διάδοση του εμπορικού σήματος. Τα παραπάνω ευρήματα καταδεικνύουν ότι ο κόσμος των επιχειρήσεων βρίσκεται στα πρόωρα στάδια της υιοθέτησης αυτών των εργαλείων καθώς

και στη διαδικασία υιοθέτησης σημαντικών προκλήσεων - όπως είναι η ανάγκη για διαχείριση των εργαλείων αυτών και η συμμετοχή του IT, που μπορεί να επηρεάσουν την ολοκλήρωση και υιοθέτηση των νέων πλατφορμών και τεχνολογιών.

10β . Ο ιστότοπός μας – μενού «Αρχική»



Η Εταιρεία Τα Προϊόντα Υγεία και διατροφή Το προσωπικό μας Επικοινωνία



Οι στρατηγικοί στόχοι της εταιρίας είναι :

- ✓ Διατήρηση της ήδη ηγετικής θέσης στην αγορά γάλακτος στην Ελλάδα, με νέα καινοτόμα προϊόντα και φυσικά προσπαθούμε να δημιουργήσουμε και ανώτατη ηγετική θέση στα Βαλκάνια.
- ✓ Διατήρηση της ηγετικής της θέσης στην ποιότητα γάλακτος, θέτοντας τα πρότυπα μέτρα στα προϊόντα, υπηρεσίες, αξίες και διαθεσιμότητα, κερδίζοντας έτσι την εμπιστοσύνη της υψηλότερης ποιότητας.
- ✓ Συνεχής βελτίωση του βασικού προϊόντος της εταιρίας, όσον αφορά το φρέσκο γάλα όπως πωλείται αλλά και ως υλικό βάσης για την δημιουργία γιαούρτης στο μέλλον.
- ✓ Επέκταση σε νέες τεχνολογίες.
- ✓ Ενδυνάμωση της παρουσίας στις αγορές της Ιταλίας και της Ισπανίας, όπου έχουν ήδη πραγματοποιηθεί εξαγορές.
- ✓ Επέκταση μέσω εξαγορών σε χώρες της Νοτιοκεντρικής Ευρώπης

Οι οικονομικοί στόχοι της εταιρίας :

- ✓ Ενίσχυση της δραστηριότητας εξαγορών και συγχωνεύσεων.
- ✓ Επενδύσεις για εξαγορές και ανάπτυξη ύψους 1.100 εκατομμυρίων ευρώ.
- ✓ Ενίσχυση της ηγετικής θέσης της εταιρίας εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών στα πλαίσια της αναδιοργάνωσης των αγορών στην Βόρεια Ευρώπη.
- ✓ Αποτελεσματικότερη διαχείριση του κόστους.



© 2014 elgal Δικαιώματα

10γ . Ο ιστότοπός μας – μενού «Το προσωπικό μας»



Η Εταιρεία Τα Προϊόντα Υγεία και διατροφή Το προσωπικό μας Επικοινωνία

Η ΕΛΓΑΛ ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΚΑΙ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΤΗΣ

Το
οργανόγραμμά μας

Οι άνθρωποί μας

Θέσεις εργασίας

Η ΕΛΓΑΛ στηρίζεται στους 1.500 εργαζομένους της και αναπτύσσεται χάρη σ' αυτούς. Η τεχνογνωσία, η καινοτομική δράση και η σταθερή πορεία της οφείλεται στις ικανότητες των ανθρώπων της, στο μεράκι τους και την αφοσίωσή τους στην εταιρία. ΒΟ μέσος όρος του χρόνου παραμονής των ανθρώπων μας στις εταιρίες του Ομίλου, αποδεικνύει την πίστη και την αγάπη, αλλά και την προσπάθεια που καταβάλει ο Όμιλος προς αυτή την κατεύθυνση. Κόριο μέλημά μας είναι να ενισχύσουμε τόσο τις ικανότητες, όσο και τη θέληση των ανθρώπων μας. Με κύριους άξονες λοιπόν το ΜΠΟΡΩ και το ΘΕΛΩ εστιάζουμε στον εμπλουτισμό των γνώσεων, στην εξέλιξη και την κινητοποίηση των εργαζομένων μας, με τις ακόλουθες ενέργειες που προσπαθούμε συνεχώς να βελτιώνουμε και να εμπλουτίζουμε:

- Προσέλκυση, επιλογή και πρόσληψη ανθρώπων με τις απαιτούμενες ικανότητες, μέσα από διαφανείς διαδικασίες
- Ανάπτυξη των εργαζομένων, μέσω Συστήματος Στοχοθέτησης και Αξιολόγησης της απόδοσης, κοινό σε όλο τον Όμιλο, που συμπληρώνεται για τα Στελέχη και από διαδικασία αξιολόγησης "360 feedback". Στόχος του συστήματος είναι τόσο η επίτευξη των στόχων της εταιρίας, όσο και η αξιολόγηση των ανθρώπων, ο εμπλουτισμός των ικανότητων τους και η εξέλιξή τους
- Εκπαίδευση με εσωτερικούς εκπαιδευτές, που μεταφέρουν τη γνώση και την εμπειρία τους, αλλά και με εξωτερικούς, σε θεματολογίες εξατομικευμένες στις ανάγκες πρόδου και ανάπτυξης του κάθε εκπαιδευόμενου ανάλογα με τη θέση εργασίας του και το εύρος των ευθυνών του.
- Παρότρυνση και υποστήριξη συμμετοχής σε διατηρηματικές ομάδες, με στόχο τη διεύρυνση των εμπειριών και την προώθηση πνεύματος συνεργασίας και ομαδικότητας.



- Αναγνώριση και ανταμοιβή των εργαζομένων, παρά τις δύσκολες συνθήκες του οικονομικού περιβάλλοντος. Με ένα σύστημα παροχών ανταγωνιστικό και προσαρμοσμένο στις συγκεκριμένες ανάγκες της κάθε εταιρίας του Ομίλου προσπαθούμε να ανταπεξέλθουμε στις ανάγκες των εργαζομένων. Κοινωνικό τύπου παροχές που παρέχει η εταιρία μας είναι μεταξύ άλλων πρόσθετη ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, δωρεάν μεταφορά προσωπικού, δωρεάν διάθεση προϊόντων, τράπεζα αίματος κλπ
- Ανοικτή επικοινωνία προς όλα τα επίπεδα της διοίκησης, μέσα από συγκεκριμένα κανάλια και εργαλεία επικοινωνίας, από μια νοοτροπία «ανοιχτής πόρτας», διατηρηματικά projects και συνεχή προσπάθεια για αναβάθμιση των επικοινωνιακών μας μεθόδων.
- Διαφανείς κι ευέλικτες δομές και διαδικασίες λειτουργίας, που διασφαλίζουν την εταιρική διακυβέρνηση και ανασχεδιάζονται συχνά με στόχο τη βελτίωση σε κρίσιμους δείκτες απόδοσης, όπως κόστος, ποιότητα, εξυπηρέτηση και ταχύτητα.
- Ασφαλές εργασιακό περιβάλλον (ασφάλεια εργασίας, εγκαταστάσεων, περιουσιακών στοιχείων, διαχείρισης πληροφοριών σε συνδυασμό με τη διασφάλιση και προστασία των προσωπικών δεδομένων), που επιβεβαιώνονται με σειρά πιστοποιήσεων.
- Με επίγνωση της δυσκολίας των εποχών, αλλά και ενστερνισμό των αναγκών των εργαζομένων μας προσπαθούμε να γινόμαστε συνεχώς καλύτεροι ως προς όλες τις παραπάνω κατευθύνσεις.



© 2014 elgal Δικαιώματα

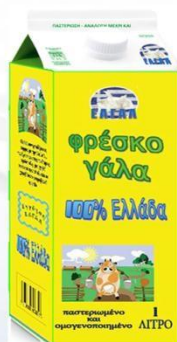
10δ . Ο ιστότοπός μας – μενού « Τα προϊόντα μας »



Με ελληνικό γούστο



Η Εταιρεία Τα Προϊόντα Υγεία και διατροφή Το προσωπικό μας Επικοινωνία



Φρέσκο Γάλα ΕΙΓΑΛ
2% λιπαρά
1lt / 500 ml



Φρέσκο Γάλα ΕΙΓΑΛ
4% λιπαρά
1lt / 500 ml



Πλήρες γάλα ΕΙΓΑΛ
υψηλής παστερίωσης.
1lt / 1,5 lt



Φρέσκο γάλα ΕΙΓΑΛ
2% λιπαρά
1lt / 2lt



Σοκολατόχο έπαχο
φρέσκο γάλα ΕΙΓΑΛ
450ml & 250ml



© 2014 elgal Δικαιώματα

10ε . Ο ιστότοπός μας – μενού «Επικοινωνία »



Η Εταιρεία Τα Προϊόντα Υγεία και διατροφή Το προσωπικό μας **Επικοινωνία**

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: info@elgal.gr

Για οποιαδήποτε απορία σας μην διστάσετε
να επικοινωνήσετε μαζί μας συμπληρώστε την
παρακάτω φόρμα και το τμήμα υποστήριξης πελατών θα
σας απαντήσει το συντομότερο.

Όνοματεπώνυμο:
email:
Τηλέφωνο:
Διεύθυνση:

Κείμενο:

Υποβολή

Καθαρισμός



© 2014 elgal Δικαιώματα



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ

ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



11α.Οι τύποι του γάλακτος και οι κατηγορίες του

Ως φρέσκο θεωρείται το γάλα το οποίο έχει περιορισμένο αριθμό ημερών μέχρι τη λήξη του, δηλαδή την ημερομηνία όπου ξεκινά η αλλοίωσή του. Έτσι λοιπόν έχουμε τα εξής είδη γάλακτος, όπως αυτά κατηγοριοποιούνται από καταναλωτές, επιχειρήσεις αλλά και κτηνοπαγωγούς:



Νωπό γάλα: είναι το γάλα που παράγεται από το ζώο (αγελάδα, αίγα, πρόβατο) και το οποίο δεν έχει θερμανθεί σε θερμοκρασία υψηλότερη των 40C. Η μόνη επεξεργασία την οποία μπορεί να υποστεί είναι η διήθηση, η ψύξη και η ομογενοποίηση. Η συγκεκριμένη κατηγορία γάλακτος δεν αποτελεί προϊόν ευρείας κατανάλωσης και περιορίζεται σχεδόν αποκλειστικά για ιδιοκατανάλωση από τους παραγωγούς.



Θερμικά επεξεργασμένο γάλα: είναι το γάλα που παράγεται με θερμική επεξεργασία άμεσα και αποκλειστικά από νωπό γάλα και μπορεί να παραχθεί σε τρεις μορφές:



Παστεριωμένο γάλα: το οποίο παράγεται μέσω θερμικής επεξεργασίας μέσω της οποίας, δημιουργείται υψηλή θερμοκρασία σε βραχύ χρονικό διάστημα, (τουλάχιστον στους 71,7C για 15'' ή οποιοσδήποτε ισοδύναμος συνδυασμός). Ο ισοδύναμος συνδυασμός εκτιμάται εντός των ορίων θέρμανσης που αποδίδουν αρνητική μεν τη δοκιμή φωσφατάσης, αλλά θετική τη δοκιμή υπεροξειδάσης. Στην πράξη η θερμοκρασία δεν πρέπει τους 80C με αποτέλεσμα το παστεριωμένο γάλα να είναι πιο κοντά προς το φυσικό, χωρίς όμως να μπορεί να διατηρηθεί για διάστημα πέρα των 5 ημερών (στις 5 ημέρες συμπεριλαμβάνεται και η ημέρα της παστερίωσης). Αμέσως μετά την παστερίωση ψύχεται σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους 6C θερμοκρασία και στην οποία συντηρείται (θα πρέπει να σημειωθεί ότι το φρέσκο γάλα που κυκλοφορεί στην αγορά είναι το παστεριωμένο γάλα).



Γάλα υψηλής παστερίωσης: το οποίο παράγεται μέσω θερμικής επεξεργασίας σε θερμοκρασία υψηλότερη από το παστεριωμένο και χαμηλότερο από το μακράς διάρκειας.



Γάλα UHT: (πολύ υψηλής παστερίωσης-μακράς διάρκειας), είναι αυτό που έχει παραχθεί με τη μέθοδο θέρμανσης σε συνεχή ροή εφαρμοζόμενη μόνο μια φορά, χωρίς διακοπή, η οποία να το εκθέτει σε υψηλή θερμοκρασία επί μακρό χρονικό διάστημα (τουλάχιστον +135C).



Αποστειρωμένο γάλα: είναι που έχει αποστειρωθεί μέσα σε ερμητικά κλειστές συσκευασίες και το σύστημα κλεισίματος αυτών πρέπει να παραμείνει άθικτο.



Συμπυκνωμένο γάλα: Σήμερα διακρίνονται δύο τύποι συμπυκνωμένου γάλακτος: το συμπυκνωμένο σακχαρούχο που δεν είναι αποστειρωμένο και το συμπυκνωμένο μη σακχαρούχο γάλα που είναι αποστειρωμένο. Η συμπύκνωση του γάλακτος αποβλέπει στην απομάκρυνση σημαντικού μέρους του ύδατος

πού περιέχεται στο γάλα, με σκοπό την καλύτερη συντήρησή του προϊόντος και τον περιορισμό των εξόδων συσκευασίας, αποθήκευσης και μεταφοράς.

11β. Οι στόχοι του τμήματος

-  Εσωτερική έρευνα σε πεδία πρωταρχικού ενδιαφέροντος για την εταιρεία.
-  Συνεργασίες με τα πανεπιστήμια και ερευνητικά ιδρύματα της χώρας σε ερευνητικά προγράμματα σε πεδία κοινού ενδιαφέροντος.
-  Ενεργός συμμετοχή μας σε πρωτότυπα ερευνητικά έργα που απαιτούν χρήση ειδικών πειραματικών εγκαταστάσεων και αντίστοιχου εξοπλισμού, μέσω του Ερευνητικού – Πειραματικού μας Κέντρου.
-  Κλινικές μελέτες σε όλα τα προϊόντα που βρίσκονται σε στάδιο ανάπτυξης ή κυκλοφορούν ήδη;
-  Επιδιώκουμε να ικανοποιήσουμε τις ανάγκες των καταναλωτών και παράλληλα να μειώσουμε το κόστος των προϊόντων της, για να γίνει ανταγωνιστική.
-  Επιδιώκεται η χρήση λιγότερης ενέργειας, φθηνότερα υλικά (π.χ. υποκατάστατα), λιγότεροι εργαζόμενοι, μεγαλύτερη ταχύτητα παραγωγής (π.χ. αυτοματοποίηση), μεγαλύτερος βαθμός τυποποίησης των παραγομένων προϊόντων, καλύτερη αισθητική, καλύτερη συσκευασία, μεγαλύτερη ασφάλεια, μεγαλύτερη αντοχή και διάρκεια ζωής των προϊόντων κ.λπ.

11γ. Εισαγωγή και χρήση τεχνολογίας DNA στην ΕΛΓΑΛ

Η ΕΛΓΑΛ είναι από τις πρώτες εταιρείες στη βιομηχανία που επένδυσαν στην εισαγωγή και χρήση τεχνολογίας DNA . Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε ένα εργαστήριο Μοριακής Βιολογίας εξοπλισμένο με σύγχρονη υλικοτεχνική υποδομή και επανδρώθηκε με υψηλής κατάρτισης ειδικευμένο προσωπικό. Παράλληλα, στα πλαίσια ερευνητικών προγραμμάτων και σε συνεργασία με την επιστημονική κοινότητα, έγινε μεταφορά τεχνογνωσίας η οποία ενσωματώθηκε και χρησιμοποιείται από τη ΕΛΓΑΛ.

Στο εργαστήριο εφαρμόζονται, σε ρουτίνα, τεχνολογίες αιχμής στη Μοριακή Βιολογία όπως PCR, PCR πραγματικού χρόνου (REAL TIME) και αλληλούχιση DNA (sequencing) σε μικροβιολογικές εφαρμογές αλλά και για αναλύσεις Γενετικά Τροποποιημένων Οργανισμών (ΓΤΟ). Στόχος είναι η ανάπτυξη και η χρήση καινοτόμων, πιο γρήγορων και πιο αξιόπιστων μεθόδων μικροβιολογικής ανάλυσης. Εφαρμογές της Μοριακής Βιολογικής στη γαλακτοβιομηχανία είναι η ταχεία αναγνώριση μικροοργανισμών , η ταχεία μικροβιολογική ανάλυση τροφίμων, η δημιουργία μικροβιολογικής βάσης δεδομένων που απομονώνονται από το περιβάλλον των μονάδων παραγωγής (ταυτοποίηση σε επίπεδο γένους/είδους, συχνότητα εμφάνισης, τόπος και χρόνος εμφάνισης, οικολογία), οι αναλύσεις για παρουσία γενετικής τροποποίησης, η επίλυση μικροβιολογικών προβλημάτων κ.α.

Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με εφαρμογές που συνεχίζουν να αναπτύσσονται, αποτελούν σημαντική συνεισφορά στη συνεχή προσπάθεια του κλάδου για βελτίωση της μικροβιολογικής ποιότητας των προϊόντων που είναι και δέσμευση της ΕΛΓΑΛ

απέναντι στους καταναλωτές. Παράλληλα, φαίνονται τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει μία εταιρεία εισάγοντας και αξιοποιώντας σύγχρονες τεχνολογίες και τεχνογνωσία, έχοντας πάντα ως γνώμονα την ασφάλεια και την ποιότητα των προϊόντων της.

11δ. Το γάλα <<ψηλώνει>> -πρόσφατα αποτελέσματα έρευνας

Μετά τις έρευνες που κάναμε στο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης της ΕΛΓΑΛ καταλήξαμε στο εξής συμπέρασμα που λύνει την απορία πολλών ανθρώπων:

<<Ψηλώνει>> το γάλα;

τα συμπεράσματα αυτής της έρευνας δίνονται παρακάτω και είναι τα εξής:

Το ύψος όπως γνωρίζουμε είναι κληρονομικό. Αν είναι και οι δύο γονείς ψηλοί, το παιδί έχει μεγάλες πιθανότητες να γίνει και αυτό ψηλό.

Κι όμως υπάρχει τρόπος να γεννήσετε παιδιά και αυτά να γίνουν ψηλά! Πώς; Πίνοντας γάλα κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης σας!

Αυτό τουλάχιστον υποστηρίζουν ερευνητές μετά από νέα μελέτη που έρχεται στο φως της δημοσιότητας. Σύμφωνα με αυτήν, η ποσότητα γάλακτος που καταναλώνει μία γυναίκα ενώ είναι έγκυος, μπορεί να επηρεάσει το ύψος του παιδιού της που θα έχει ως ενήλικας!

Στην έρευνα συμμετείχαν 685 ζευγάρια Δανών μαμάδων και παιδιών. Οι επιστήμονες επί 20 χρόνια, κατέγραφαν την κατανάλωση γάλακτος κατά την εγκυμοσύνη και το ύψος του παιδιού στην ηλικία των 20 ετών.

Τι συμπεράσματα έβγαλαν; Όσες μαμάδες έπιναν περισσότερα από 150 ml γάλακτος την ημέρα, έκαναν κατά μέσο όρο, μεγαλύτερα μωρά από εκείνες που έπιναν λιγότερο!

Συγκεκριμένα, όταν τα παιδιά έφταναν την ηλικία των 20 ετών και προέρχονταν από μαμάδες που έπιναν πολύ πλήρες γάλα, ήταν 1,5 εκατοστό πιο ψηλά από τα υπόλοιπα, ενώ είχαν 8% υψηλότερα επίπεδα IGF-1 στο αίμα. Αυτός ο παράγοντας, σύμφωνα με τους επιστήμονες, ενισχύει την ανάπτυξη των οστών.

«Δεν έχουν καταγραφεί πολλοί παράγοντες προγεννητικής διατροφής ή περιβάλλοντος που να εξηγούν την ανάπτυξη των παιδιών. Η κατανάλωση γάλακτος, πάντως, μπορεί να είναι ένας από αυτούς. Αυξάνει το βάρος και το ύψος του μωρού στην γέννα, ενώ υπάρχει περίπτωση να σχετίζεται και με το ύψος του παιδιού στην ενήλικη ζωή του», ανέφερε ο Θορθαλour Χαλντορσον, ερευνητής του δανέζικου Ινστιτούτου State Serum

11ε. Δημιουργία οικολογικού περιβάλλοντος

Η γαλακτοβιομηχανία ΕΛΓΑΛ δίνει μεγάλη έμφαση στην παρακολούθηση και στον έλεγχο των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τις δραστηριότητές της και είναι γι' αυτήν πρωταρχικός στόχος και δέσμευση. Πιο συγκεκριμένα :

Επιχειρηματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με την παραγωγή γάλακτος, κάθε φορά που υπάρχουν περιπτώσεις αμφισβήτησης ή αβεβαιότητας σχετικά με την χρήση των εγκαταστάσεων της, λαμβάνει υπόψη, άπαρχει, την πρόληψη, αντιμετώπιση και χρήση ενέργειας και των υλικών,

ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και τη δημιουργία αποβλήτων, καθώς και την ασφαλή απόρριψη των βιομηχανικών υπολειμμάτων.

- Εκπαιδεύει και ευαισθητοποιεί όλους τους εργαζόμενους σε θέματα περιβάλλοντος.

Αξίζει να σημειωθούν ιδιαίτερα τα ακόλουθα μέτρα:

- Ανακύκλωση των καταλοίπων των δραστηριοτήτων, με τη διάθεση των βρώσιμων υλών σε χοιροτροφικές μονάδες.

- Συλλογή και ανακύκλωση χαρτιού, μπαταριών και άλλων ανακυκλώσιμων υλικών.

- Τοποθέτηση φίλτρων τελευταίας τεχνολογίας στα σιλό.

- Εξωραϊσμός και βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος των εγκαταστάσεων με εκτεταμένες δενδροφυτεύσεις.

- Αποκλειστική χρήση φυσικού αερίου, όπου υπάρχει υποδομή για τη λειτουργία των δραστηριοτήτων και όπου δεν υπάρχει, χρήση προπανίου αντί του πετρελαίου, η καύση του οποίου έχει σχεδόν μηδενική εκπομπή ρύπων. Τέλος, ιδιαίτερη σημασία έχει για την εταιρία ο τρόπος που διαχειρίζεται τις επιστροφές των προϊόντων της, ώστε να:

- Προστατεύει τον καταναλωτή από τη χρήση προϊόντων που έχουν λήξει.

- Προλαμβάνει έκθεση των προϊόντων της σε χώρους εναπόθεσης απορριμμάτων και την πιθανότητα επαναπώλησής τους.

- Προστατεύει το περιβάλλον χωρίς να επιβαρύνει τους Χώρους Υγειονομικής Ταφής Απορριμμάτων (Χ.Υ.Τ.Α.) Έτσι, η εταιρία, εναρμονισμένη με την ευρωπαϊκή νομοθεσία που επιτρέπει οι επιστροφές του γάλακτος και των υπολοίπων προϊόντων να δεχθούν τη διαδικασία της λιπασματοποίησης, έχει προχωρήσει σε συνεργασία με ειδική Μονάδα Κομποστοποίησης. Η συγκεκριμένη Μονάδα, μέσα από τη διαδικασία αποδόμησης των οργανικών υλικών με τη βοήθεια μικροοργανισμών, παράγει σαν τελικό προϊόν ένα είδος «χώματος», εδαφοβελτιωτικό, απόλυτα άοσμο, που αυξάνει τη γονιμότητα του εδάφους και δεν επιβαρύνει το περιβάλλον.



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ

ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ



12α.Οι στόχοι του τμήματος

Τα ατυχήματα στο χώρο εργασίας κάθε χρόνο είναι πολλά και φυσικά οι συνέπειες για τους ανθρώπους που τις υφίστανται είναι οδυνηρές. Είναι προφανής η σημασία που έχει η πρόληψη των εργατικών ατυχημάτων και η τήρηση των κανονισμών ασφαλείας και υγιεινής στους χώρους εργασίας. Είναι αναγκαίο να ιεραρχούνται οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν για την εξάλειψη ή την πρόληψη των κινδύνων. Στις μικρές επιχειρήσεις, οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες είναι και υπεύθυνοι για την ασφάλεια των εργαζομένων, ενώ στις μεγάλες υπάρχει ξεχωριστό τμήμα.

Ο αρμόδιος για την ασφάλεια και την υγεία φροντίζει για την:

1. Ασφάλεια εργασίας. Αυτή εξασφαλίζεται βασικά με



τον καθορισμό και την εφαρμογή κανόνων ασφαλείας σύμφωνα με τη σχετική νομοθεσία,



τον έλεγχο και τη συντήρηση των μηχανημάτων της βιομηχανίας, ώστε το προσωπικό να εργάζεται με ασφάλεια,



την εκπαίδευση του προσωπικού για το χειρισμό των μηχανημάτων και γενικότερα σε θέματα ασφαλείας και υγιεινής,



την τοποθέτηση αφισών στα σημεία όπου αυτό κρίνεται απαραίτητο.

Κάποιοι ενδεικτικοί κανόνες ασφαλείας είναι: η σωστή χρήση των εργαλείων και μηχανών, η αποθήκευση των εύφλεκτων υλικών σε κατάλληλους χώρους μακριά από εστίες θερμότητας, η ύπαρξη εξόδων κινδύνου με φωτεινή σηματοδότηση (σήμανση), η κατάλληλη ένδυση των εργαζομένων, ο εξοπλισμός των χώρων με κατάλληλους πυροσβεστήρες, η ύπαρξη διακοπών ασφαλείας κοντά στα μηχανήματα, η χρήση μέτρων προστασίας όπως γυαλιά, ειδικά γάντια και φόρμες, κράνη, μάσκες κ.λπ.

2. υγεία των εργαζομένων. Εξασφαλίζεται με προληπτικές ιατρικές εξετάσεις του προσωπικού και με την προστασία τους από βιομηχανικές ασθένειες.

3. Προετοιμασία σχεδίων έκτακτης ανάγκης, αφού εντοπίσει τις πηγές κινδύνου στους χώρους εργασίας, ταξινομήσει τους κινδύνους, και εκτιμήσει το βαθμό επικινδυνότητας.

4. Δημιουργία καλών συνθηκών εργασίας, π.χ. κατάλληλη διαμόρφωση των χώρων δουλειάς, κατάλληλη επιλογή θερμοκρασίας, σύστημα εξαερισμού, κατάλληλος φωτισμός, περιορισμός του θορύβου στο βιομηχανικό περιβάλλον, ευχάριστος χρωματισμός των χώρων κ.ά.

5. Δημιουργία αρχείου με όλα τα ατυχήματα που συνέβησαν στους χώρους εργασίας. Φροντίζει ακόμη, για την παροχή αποζημίωσης στους εργαζόμενους.

Μία σειρά ερευνών δείχνουν ότι οι εργαζόμενοι που δουλεύουν σε ασφαλείς χώρους με καλές συνθήκες είναι περισσότερο αποδοτικοί στην εργασία τους.

12β. Ενημέρωση του προσωπικού για την υγεία και την ασφάλεια

Για την ασφάλεια των εργαζομένων είναι απαραίτητοι κανόνες που θα τηρούνται από όλους έτσι ώστε να περιοριστούν τα ατυχήματα .Χρήσιμα επίσης είναι και κάποια σχετικά μέτρα ασφαλείας ώστε να νιώθουν άνετα στο χώρο εργασίας τους. Για παράδειγμα απαιτείται:



εύκολη πρόσβαση στις εξόδους κινδύνου σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης

-  ετοιμότητα παροχής πρώτων βοηθειών και σωστής νοσοκομειακής περίθαλψης σε περίπτωση ατυχήματος και
-  σωστή αποθήκευση επικίνδυνων και εύφλεκτων υλών για την αποφυγή ατυχημάτων.

Χρειάζεται κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού για τους :

-  κανόνες ασφάλειας κατά την χρήση μηχανημάτων
-  σωστή διαχείριση ή καταστροφή των τοξικών και επικίνδυνων αποβλήτων, καθώς και μολυσματικών και ραδιενεργών υλικών για την προστασία του περιβάλλοντος
-  Ανάλυση υποχρεώσεων για συχνή επιθεώρηση των εργασιακών χώρων
-  εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού όταν παίρνονται καινούρια μέτρα ασφαλείας.
-  Πρέπει ανά κάποιο χρονικό διάστημα να ελέγχεται η σταθερότητα, η στερεότητα η αντοχή και η ευστάθεια των κτηρίων, οι ηλεκτρικές εγκαταστάσεις πρέπει να είναι σύμφωνες με τις διατάξεις του "κανονισμού εσωτερικών ηλεκτρικών εγκαταστάσεων" και πρέπει να τηρούνται οι κανόνες σε περίπτωση αλλαγών, προσθηκών κλπ.
-  Οι θύρες εξόδου στις εξόδους κινδύνου πρέπει να ανοίγουν προς τα έξω, να είναι εμφανείς (κατάλληλος φωτισμός και σήμανση) και να μπορούν όλοι οι εργαζόμενοι να εκκενώνουν γρήγορα τα κτίρια και με συνθήκες πλήρους ασφάλειας.
-  Ανάλογα με τις διαστάσεις και την χρήση των κτιρίων και τον υπάρχοντα εξοπλισμό, οι χώροι εργασίας πρέπει να είναι εφοδιασμένοι με κατάλληλο και επαρκή εξοπλισμό πυρανίχνευσης και συστήματα συναγερμού (π.χ. ανιχνευτές καπνού, ειδικοί ανιχνευτές για διαρροές υγραερίου)
-  πρέπει να υπάρχουν σε εμφανή σημεία πυροσβεστήρες ανάλογα με το είδος των υλικών που χρησιμοποιούνται (π.χ. διοξειδίου του άνθρακα ή σκόνης αντί νερού για πυρκαγιές από χημικές ουσίες). Η χρήση των πυροσβεστήρων να είναι εύχρηστη και οι εργαζόμενοι να γνωρίζουν το χειρισμό τους
-  Στους χώρους εργασίας πρέπει να υπάρχει επαρκής νωπός αέρας, ώστε να μην εισπνέουν οι εργαζόμενοι τοξικές ουσίες που πιθανών να παράγονται
-  Πρέπει να υπάρχει επαρκής φυσικός φωτισμός. Παράθυρα και φεγγίτες πρέπει να είναι σχεδιασμένα ώστε να καθαρίζονται και να συντηρούνται με ευχέρεια και ασφάλεια. Πρέπει να ανοίγουν σε περίπτωση εκτάκτων αναγκών και εξαερισμού
-  Θύρες και πύλες πρέπει να είναι κατασκευασμένες από ασφαλή υλικά και να είναι κατάλληλες για τους χώρους εργασίας, οδούς διαφυγής, αποθήκες κλπ.
-  Οι εργαζόμενες που είναι έγκυες ή γαλουχούσες μητέρες θα πρέπει να τους παρέχεται χρόνος ανάπαυσης σε κατάλληλες συνθήκες
-  Εφόσον οι εργαζόμενοι φορούν ειδικά ρούχα εργασίας πρέπει να τους διατίθενται αποδυτήρια, τα οποία πρέπει να διαθέτουν ατομικά ερμάρια. Εάν οι συνθήκες εργασίας το απαιτούν (επικίνδυνες ουσίες, υγρασία, ρύποι) πρέπει να υπάρχουν ξεχωριστά ερμάρια για τον ιματισμό εργασίας.

- Εφόσον επιβάλλεται από το είδος της δραστηριότητας ή από την υγιεινή, πρέπει να υπάρχουν επαρκή και κατάλληλα λουτρά και νιπτήρες, χωριστά για άνδρες και γυναίκες, με ζεστό και κρύο νερό
- πρέπει να υπάρχουν ένας ή περισσότεροι χώροι πρώτων βοηθειών και απαιτούμενα υλικά πρώτων βοηθειών. Πρέπει να υπάρχει ένα ή περισσότερα άτομα εκπαιδευμένα στην παροχή πρώτων βοηθειών.
- Τέλος ο σχεδιασμός των κτιρίων και πρόσβασης προς τους εργασιακούς χώρους πρέπει να γίνεται και για τις ανάγκες των εργαζομένων που είναι άτομα με ειδικές ανάγκες.

12γ. Απαιτούμενη ενδυμασία για χώρο παραγωγής

Η είσοδος στους χώρους παραγωγής γίνεται μόνο για περιορισμένο αριθμό εργαζομένων και πριν την είσοδο στο χώρο παραγωγής επιβάλλεται η παρακάτω ενδυμασία :



Περιλαμβάνει σκουφάκι - ολόσωμη στολή και ειδικές θήκες για κάλυψη των υποδημάτων

12δ. Σχήματα και Χρώματα στην Σήμανση Ασφαλείας

Η πρόληψη των ατυχημάτων εξαρτάται κατά πολύ από την σωστή συμπεριφορά των εργαζομένων σε όλες τις θέσεις και τους χώρους εργασίας.

Α) Τα σήματα ασφαλείας παίζουν σπουδαίο ρόλο για την επίτευξη αυτού του στόχου αφού με την κατάλληλη χρήση τους προσελκύουν την προσοχή των εργαζομένων προειδοποιώντας τους έτσι για τους ελλοχεύοντες κινδύνους ή υπενθυμίζοντας τους συγκεκριμένες οδηγίες. Η σήμανση ασφαλείας γίνεται με τυποποιημένα σήματα και χρώματα ασφαλείας ως εξής:

- κόκκινο χρώμα για απαγορευτικά σήματα, κίνδυνο, συναγερμό και εξοπλισμό καταπολέμησης πυρκαγιάς, κίτρινο χρώμα για προειδοποιητικά σήματα, μπλε χρώμα για σήματα υποχρέωσης, πράσινο χρώμα για σήματα διάσωσης ή βοήθειας

Η χρήση Σχημάτων και Χρωμάτων στην Σήμανση Ασφαλείας

Σήματα Ασφαλείας

A. Σήματα Απαγόρευσης



Απαγορεύεται το κάπνισμα



Απαγορεύεται η χρήση γυμνής φλόγας και το κάπνισμα



Μην αγγίζετε



Απαγορεύεται η κατάσβεση με νερό



Απαγορεύεται η διέλευση στα οχήματα διακίνησης φορτίων



Απαγορεύεται η είσοδος στους μη έχοντες ειδική άδεια



Μη πόσιμο νερό



Απαγορεύεται η διέλευση πεζών

B. Σήματα Προειδοποίησης



Γενικός Κίνδυνος



Ραδιενέργεια ή Ραδιενεργά Υλικά



Αιωρούμενα Φορτία



Κίνδυνος Ηλεκτροπληξίας (Υψηλή τάση)



Βιολογικός Κίνδυνος



Ακτινοβολία Laser



Κίνδυνος
Παραπατήματος



Ισχυρό Μαγνητικό
Πεδίο



Μη ιοντίζουσες
ακτινοβολίες



Κίνδυνος Πτώσης



Χαμηλές θερμοκρασίες



Οχήματα διακίνησης
φορτίων



Τοξικές ύλες



Διαβρωτικές ύλες



Εύφλεκτες ύλες /
Υψηλή θερμοκρασία



Εκρηκτικές ύλες



Αναφλέξιμες ύλες



Βλαβερές ή ερεθιστικές
ύλες



Κίνδυνος Γλιστρήματος

Γ. Σήματα Υποχρέωσης



Υποχρεωτική χρήση
προστατευτικών
γυαλιών



Υποχρεωτική χρήση
προστατευτικού
κράνους



Υποχρεωτική χρήση
προστατευτικής
μάσκας



Υποχρεωτική χρήση
γαντιών ασφαλείας



Υποχρεωτική χρήση
προστασίας ακοής



Υποχρεωτική χρήση
μποτών ασφαλείας



Υποχρεωτική χρήση
αναπνευστικής μάσκας



Υποχρεωτική ατομική
προστασία έναντι
πτώσεων



Υποχρεωτική
προστασία σώματος

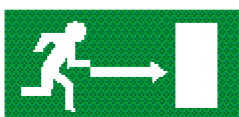


Υποχρεωτική διάβαση
για πεζούς



Γενική Υποχρέωση

Δ. Σήματα διάσωσης ή βοήθειας



Οδός/ Έξοδος
κινδύνου



Οδός/ Έξοδος
κινδύνου



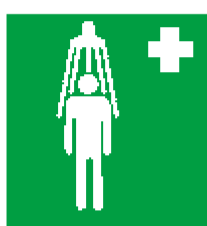
Πρώτες βοήθειες



Φορείο



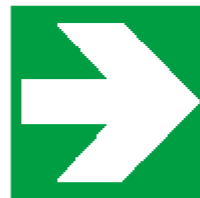
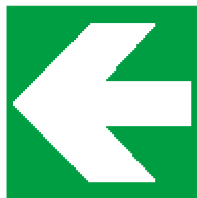
Πλύση ματιών



Θάλαμος καταιωνισμού
ασφαλείας



Τηλέφωνο για διάσωση
και πρώτες βοήθειες



Κατεύθυνση που πρέπει να ακολουθηθεί

Ε. Σήματα που αφορούν πυροσβεστικό υλικό ή εξοπλισμό



Πυροσβεστική μάνικα



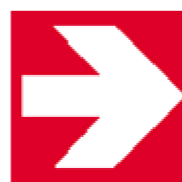
Σκάλα



Τηλέφωνο για την
καταπολέμηση
πυρκαγιών



Πυροσβεστήρας



Κατεύθυνση που πρέπει να ακολουθηθεί



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ

ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ



13α. Οι στόχοι του τμήματος

Το Τμήμα Προμηθειών στοχεύει στον εφοδιασμό της επιχείρησης με όλα τα απαραίτητα υλικά, εργαλεία, μηχανήματα κ.λπ., που είναι αναγκαία για την αδιάκοπη λειτουργία της παραγωγικής διαδικασίας.

Ο υπεύθυνος του τμήματος:

-  Καθορίζει σε συνεργασία με τον Διευθυντή παραγωγής τις ποσότητες των υλικών, ώστε να εξασφαλίζεται η ροή της παραγωγικής διαδικασίας, χωρίς όμως να δημιουργούνται υπερβολικά αποθέματα.
-  Συγκεντρώνει στοιχεία με τις προδιαγραφές των πρώτων υλών που διατίθενται στην αγορά, σύμφωνα με τις προδιαγραφές που ορίστηκαν από τα τμήματα της επιχείρησης.
-  Ζητά προσφορές από τους προμηθευτές και με κριτήρια την τιμή, την ποιότητα και το χρόνο παράδοσης, επιλέγει αυτούς που τα πληρούν.
-  Κάνει έλεγχο κατά την παραλαβή, για την ποσότητα και την ποιότητα των προμηθειών.
-  Φροντίζει για την ασφαλή αποθήκευση των προμηθειών και την προώθηση τους στα υπόλοιπα τμήματα.
-  Ενημερώνει το Διευθυντή Οικονομικών για την ποσότητα και το κόστος των απαιτούμενων προμηθειών.
-  Διατηρεί αρχείο με τις παλιές παραγγελίες.

13β. Ενημέρωση για τις φάρμες που συνεργαζόμαστε

Η ποιότητα του γάλακτος, τα θρεπτικά του συστατικά δηλαδή και το χαμηλό μικροβιακό φορτίο διαμορφώνονται στη φάρμα. Στις συνεργαζόμενες φάρμες παράγεται άριστης ποιότητας, πρώτης ύλης γάλα με υψηλό ποσοστό πρωτεϊνών και το χαμηλότερο μικροβιακό φορτίο.(ήδη πριν την θερμική της επεξεργασία), σύμφωνα με τα αυστηρότερα ευρωπαϊκά πρότυπα .Αυτό σημαίνει ότι το γάλα που παράγεται είναι ένα γάλα γεμάτο φροντίδα, πιο καθαρό και πιο προσεγμένο.



Οι καλύτερες ράτσες αγελάδων.

Οι αγελάδες ράτσας FRIESIAN HOLSTEIN , η γνωστή μας ασπρόμαυρη αγελάδα, ανήκει στις αγελάδες <γαλακτοπαραγωγικές φυλές > αγελάδων και κυριαρχεί στη χώρα μας καθώς και στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι αγελάδες αυτές είναι ανθεκτικές και έχουν υψηλές αποδόσεις, δίνοντας μεγάλη ποσότητα γάλακτος, υψηλής ποιότητας ,πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά.

Μια τέτοια αγελάδα, 600-650 κιλών, παράγει 20-35 κιλά γάλα την ημέρα, καταναλώνει 40-60 κιλά φυτικές ζωτροφές και 130 κιλά νερό. Σε ένα γαλακτοκομικό έτος, 305 ημέρες, μια τέτοια αγελάδα, παράγει 6-10 τόνους γάλα ,ενώ η παραγωγική της ζωή είναι περίπου 5-7 χρόνια.



Οι ιδανικότερες συνθήκες διατροφής των αγελάδων

Οι συνεργαζόμενοι κτηνοτρόφοι με τη βοήθεια και τη συνδρομή της εταιρείας εξασφαλίζουν, όλο το χρόνο την ίδια ποιότητα διατροφής των αγελάδων, με φυσικές και ισορροπημένες ζωοτροφές.



Οι κατάλληλες συνθήκες διαβίωσης των ζώων

Οι αγελάδες ζουν σε ένα άνετο , φυσικό και ευχάριστο περιβάλλον, τόσο εσωτερικά, σε χώρους με καλό αερισμό και χωρίς υγρασία, όσο και εξωτερικά, σε συνθήκες ελεύθερης βοσκής , τους περισσότερους μήνες του χρόνου



Οι πρότυπες συνθήκες υγιεινής.

Η υγιεινή και η διατήρηση της υγείας των ζώων αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για την παραγωγή γάλακτος υψηλής ποιότητας. Τα υψηλά standards υγιεινής, στο περιβάλλον διαβίωσης των ζώων και στον εξοπλισμό, συντελούν στη διατήρηση της υγείας των ζώων.



Ο τεχνολογικός εξοπλισμός.

Για να έχουμε ένα γάλα υψηλής ποιότητας με χαμηλή περιεκτικότητα σε μικροβιακό φορτίο, πρέπει να αποφεύγεται η επαφή του γάλακτος με τον αέρα, και το γάλα να μην έρχεται σε επαφή με τον άνθρωπο.

Η ΕΛΓΑΛ συμβάλλει στην αναβάθμιση της λειτουργίας 900 περίπου φάρμων με τις οποίες συνεργάζεται σε όλη την Ελλάδα. Ειδικά μηχανήματα ελέγχουν και καταγράφουν τις αποδόσεις των ζώων, ενώ η ψύξη του γάλατος γίνεται άμεσα σε ειδικά ψυχωμένες δεξαμενές, από τη στιγμή που το γάλα αρμύεται.



Η εκπαίδευση των κτηνοτρόφων.

Ειδικοί επιστήμονες, κτηνίατροι και γεωπόνοι, εκπαιδεύουν τους κτηνοτρόφους μας με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξασφαλίζεται η λειτουργία της φάρμας με σταθερά υψηλές προδιαγραφές ποιότητας και απόδοσης. Από το μικροβιακό φορτίο της πρώτης ύλης εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, η ποιότητα του γάλατος που φτάνει στον καταναλωτή. Το γάλα που παράγεται έχει ιδιαίτερα χαμηλό μικροβιακό φορτίο, δηλαδή μια καλή <κληρονομιά>, που διευκολύνει σημαντικά την ακόμη μεγαλύτερη μείωση του στα επόμενα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.

13γ. Από τις φάρμες στους σταθμούς συλλογής γάλακτος

Οι σταθμοί συλλογής γάλακτος είναι τοπικά κέντρα, στα οποία αμέσως μετά το άρμεγμα συγκεντρώνεται το φρέσκο γάλα από τις φάρμες της περιοχής, για να ελεγχθεί ποιοτικά και να διαπιστωθεί η σωστή θερμοκρασία ψύξης, πριν την μεταφερθεί στα εργοστάσια.

Ειδικευμένοι επιστήμονες (κτηνίατροι γεωπόνοι, χημικοί, τεχνολόγοι και τεχνικοί) αποτελούν το βασικό μέρος του προσωπικού κάθε Σταθμού Συλλογής.

Η ΕΛΓΑΛ διαθέτει 4 μεγάλους Σταθμούς Συλλογής γάλακτος σε όλη την Ελλάδα: στη Συδινή Ξάνθης, στο Βαλτερό Σερρών, στο Ζάρκο Τρικάλων, στα Λεχαινά Ηλείας .Κατορθώνει έτσι να συγκεντρώνει σήμερα ένα πολύ μεγάλο μέρος του γάλακτος που παράγεται στην Ελλάδα .Γι αυτό και το γάλα της ΕΛΓΑΛ είναι από 100% Φρέσκο Ελληνικό γάλα.

ΣΤΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Το φρέσκο γάλα πρέπει να μεταφέρεται όσο το δυνατό συντομότερα (αυθημερόν) από τους Σταθμούς Συλλογής ή και απευθείας από τις φάρμες στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου. Η μεταφορά του γίνεται μέσα σε ειδικά ισόθερμα φορτηγά βυτία, που εξασφαλίζουν χαμηλή θερμοκρασία.

ΑΛΥΣΙΔΑ ΨΥΞΗΣ

Γνωρίζοντας τη σημασία της ψύξης στην ποιοτική υπεροχή του φρέσκου γάλατος, η εταιρεία φροντίζει για τη συνεχή διατήρηση του γάλατος σε χαμηλές θερμοκρασίες .Ο περιορισμός του χρόνου ανάμεσα στην άμελξη , την επεξεργασία, και την πώληση του γάλακτος, μαζί με την <αλυσίδα ψύξης> αποτελούν δύο από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που κάνουν το γάλα ΕΛΓΑΛ ποιοτικά ανυπέρβλητο .Οι χαμηλές θερμοκρασίες που εφαρμόζει η ΕΛΓΑΛ στην αλυσίδα ψύξης, λειτουργούν σαν <φράγμα> που εμποδίζει την ανάπτυξη των μικροοργανισμών στο γάλα .Έτσι επιτυγχάνεται και διατηρείται ένα απόλυτο ασφαλές και υγιεινό φρέσκο γάλα.

13δ. Το σύστημα διανομής μας

Η γαλακτοβιομηχανία ΕΛΓΑΛ , λαμβάνει υπόψη της σε μεγάλο βαθμό τον προγραμματισμό της διανομής, ώστε να υλοποιηθεί ο σχεδιασμός του Marketing, διακινώντας τα κατάλληλα προϊόντα, στον κατάλληλο τόπο, με την κατάλληλη μορφή, στην κατάλληλη τιμή, στους κατάλληλους πελάτες και την κατάλληλη στιγμή.

Ο προγραμματισμός της διανομής, περιλαμβάνει την συστηματική ανάλυση και τη λήψη αποφάσεων, που αφορούν τη διακίνηση υλικών και τελικών προϊόντων από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Αυτές οι αποφάσεις αφορούν την επιλογή και τον έλεγχο των καναλιών, καθώς και των τεσσάρων στοιχείων της φυσικής διεργασίας της διανομής, όπου είναι η μεταφορά, η αποθήκευση, η διαχείριση αποθεμάτων και η επεξεργασία παραγγελιών.

Πιο συγκεκριμένα, η γαλακτοβιομηχανία ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) , διαθέτει ένα από τα μεγαλύτερα και καλύτερα οργανωμένο δίκτυο διανομής, με στόλο 300 περίπου αυτοκινήτων-ψυγείων, που εφοδιάζουν 23.000 περίπου σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα, σε καθημερινή βάση. Τα προϊόντα της εταιρίας τοποθετούνται σε σούπερ μάρκετ, φούρνους, περίπτερα, ψιλικατζήδικα, εστιατόρια, ξενοδοχεία, κ.α.

Στην Αττική, τα προϊόντα της ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) μεταφέρονται καθημερινά από ένα στόλο 150 περίπου φορτηγών-ψυγείων που χωρίζονται σε δύο δίκτυα διανομής ανάλογα με τον χρόνο ζωής στο ράφι, δηλαδή:

- Φρέσκο Γάλα
- Γάλατα U.H.T. (μακράς διάρκειας)

Στην υπόλοιπη Ελλάδα συμπεριλαμβανομένου και των μικρών επαρχιών και νησιών, η εταιρία ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) διανέμει τα προϊόντα της μέσω 65 περίπου αποκλειστικών αντιπροσώπων/ειδικών συνεργατών με περισσότερα από 150 φορτηγά-ψυγεία.

Πρόκειται για ένα οργανωμένο δίκτυο διανομής, που δείχνει την σημασία που δείχνει η εταιρία ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) στην ποιότητα των προϊόντων της και στην όσο δυνατό ταχύτερη διάθεσή τους. Τέλος η εταιρία στοχεύει να βελτιωθεί μακροχρόνια σε αυτό τον τομέα

Logistic Διανομής

Όταν μιλάμε για Logistic διανομής, εννοούμε την τελική φάση του προϊόντος, το οποίο είναι έτοιμο για την είσοδο του στην αγορά, δηλαδή την επεξεργασία των παραγγελιών, την αποθήκευση, την συσκευασία και την μεταφορά του. Στη σύγχρονη οργανωτική δομή των επιχειρήσεων η Logistic διανομής, αποτελεί τμήμα της διοίκησης πωλήσεων. Το είδος της στρατηγικής που θα χρησιμοποιηθεί για το σύστημα διανομής εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το εάν η εταιρεία έχει επιλέξει τη στρατηγική έλξης ή της πίεσης για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της.

Η εταιρεία ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ) χρησιμοποιεί τη στρατηγική της έλξης προσπαθεί δηλαδή να κερδίσει τη υποστήριξη των μεσαζόντων με την ενεργοποίηση της ζήτησης στο επίπεδο του καταναλωτή. Η στρατηγική αυτή απαιτεί μεγάλα κεφάλαια για προβολή και για προωθητικές ενέργειες. Από τη στιγμή που ο παραγωγός και στην προκρινόμενη περίπτωση η εταιρεία ΕΛΓΑΛ (ΕΛΓΑΛ), οι μεσάζοντες πιέζονται να προμηθεύονται το προϊόν της, γιατί ο καταναλωτής το ζητά επίμονα. Τα σούπερ μάρκετ, π.χ. είναι υποχρεωμένα να διατηρούν πολλά είδη εμπορευμάτων, όχι επειδή έχουν μεγάλα περιθώρια κέρδους από αυτά, αλλά γιατί αν δεν τα έχουν, δεν θεωρούνται από τους πελάτες τους ότι είναι πηγή ικανοποίησης αναγκών. Η ΕΛΓΑΛ ασκεί στρατηγική ευρείας ή εντατικής διανομής, διαθέτει δηλαδή τα προϊόντα της σε οποιοδήποτε έμπορο επιθυμεί να τα πωλεί. Με την στρατηγική αυτή επιδιώκει την πλήρη κάλυψη της αγοράς.

Ας αναλύσουμε όμως την μέθοδο παραγγελιών της ΕΛΓΑΛ

Όταν πρόκειται για κάποιο καινούργιο προϊόν, το οποίο εισάγεται για πρώτη φορά στην αγορά ή για κάποιο καινούργιο σημείο πώλησης, τις παραγγελίες της αναλαμβάνει, ο πωλητής ο οποίος είναι υπεύθυνος για τις πρώτες παραγγελίες και την σύσταση του πελατολογίου. Οι επόμενες παραγγελίες και γενικότερα οι παραγγελίες που γίνονται από τους ήδη υπάρχοντες πελάτες, είναι ευθύνη του διανομέα της εταιρείας, ο οποίος όπως και οι πωλητές είναι υπεύθυνος για κάποιες περιφέρειες. Η εταιρεία ΕΛΓΑΛ μέσω σύγχρονων μεθόδων τεχνολογίας, έχει οπλίσει κάθε διανομέα με ένα μικρό κομπιούτερ παραγγελιών το οποίο στέλνει απευθείας στον κεντρικό υπολογιστή της εταιρείας την επόμενη παραγγελία του πελάτη, η οποία καταχωρείται κατευθείαν και ετοιμάζονται όλα τα απαραίτητα έγγραφα που απαιτούνται για την επόμενη διανομή. Με αυτόν τον τρόπο, το τμήμα παραγγελιών και πωλήσεων ενημερώνεται άμεσα και δεν δημιουργείται πρόβλημα στην αγορά.

Γνωρίζοντας ότι η αποθήκευση των προϊόντων αποτελεί ένα μέσο με το οποίο εναρμονίζονται χρονικά η παραγωγή με την πώληση, με το φρέσκο γάλα αυτή η διαδικασία εξαιρείται, γιατί πρόκειται για ένα προϊόν το οποίο παράγεται και καταναλώνεται αμέσως. Για να έχουμε αποθήκευση ενός προϊόντος, πρέπει η παραγωγή του να είναι εποχιακή και η ζήτηση του σχεδόν σταθερή όλο το χρόνο.



Με ελληνικό γούστο

ΕΛΓΑΛ Α.Ε.- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
55ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας-Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ
Τ.Κ. 32011 Τηλ.: 2262053500-2 FAX.: 2262053505
site: www.elgal.gr e-mail: Info@elgal.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14^ο :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ



14α. Οι στόχοι του τμήματος

Ο Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου είναι υπεύθυνος για την ποιότητα του προϊόντος (διασφάλιση της ποιότητας). Γι' αυτό το λόγο, σχεδιάζει συστήματα ελέγχου για κάθε φάση της παραγωγικής διαδικασίας. Ο έλεγχος της ποιότητας ξεκινά από την πιστοποίηση της καταλληλότητας των πρώτων υλών, συνεχίζεται με την παρακολούθηση όλης της παραγωγής, της συσκευασίας, της αποθήκευσης κ.λπ. Ο έλεγχος της ποιότητας απαιτεί συνεχή επιθεώρηση.

Ο Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου συντάσσει αναφορές με τα αποτελέσματα του ελέγχου και τις στέλνει στη Γενική Διεύθυνση. Ο έλεγχος αφορά κυρίως το μέγεθος, το σχήμα, τη σχέση μεταξύ των επιμέρους εξαρτημάτων που συνθέτουν το τελικό προϊόν, τον τελικό έλεγχο του προϊόντος.

Το Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου λειτουργεί με βάση προδιαγραφές που καθορίζονται από οργανισμούς ή και από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Τέτοιος οργανισμός είναι ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO, International Organization for Standardization), που δημιούργησε τα ονομαζόμενα πρότυπα της σειράς ISO 9000 (ISO 9001, ISO 9002 κ.λπ.).

Αυτά τα πρότυπα είναι κείμενα στα οποία περιγράφονται οι προδιαγραφές ποιότητας για

- το σχεδιασμό του προϊόντος,
- την ανάπτυξη του προϊόντος,
- τις παραγωγικές διαδικασίες,
- τον τελικό έλεγχο του προϊόντος,
- τη δοκιμασία του προϊόντος,
- την παροχή υπηρεσιών κ.λπ.

Οι επιχειρήσεις ελέγχονται για την εφαρμογή των προτύπων από ειδικούς φορείς. Αυτοί οι φορείς ονομάζονται Φορείς Πιστοποίησης. Στην Ελλάδα ένας τέτοιος οργανισμός είναι ο ΕΛ.Ο.Τ. (Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης) που παρέχει πιστοποιητικά ποιότητας στις επιχειρήσεις που συμμορφώνονται με τα πρότυπα ISO. Ο ΕΛ.Ο.Τ. διενεργεί δειγματοληψίες, δοκιμές, επιθεωρήσεις και αξιολογεί τις διαδικασίες και τα συστήματα. Τα πιστοποιητικά αυτά αποτελούν «διαφημιστικά όπλα» που βελτιώνουν τη θέση της επιχείρησης στην κούρσα του διεθνούς ανταγωνισμού.

Ο Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου συνεργάζεται με τα τμήματα Παραγωγής, Μάρκετινγκ και Σχεδιασμού Προϊόντος για τον καθορισμό της ποιότητας του προϊόντος που θα παραχθεί. Επίσης, ελέγχει όλο τον εξοπλισμό που χρησιμοποιεί η βιομηχανία για την παραγωγή των προϊόντων της.

14β. Η θρεπτική αξία του γάλακτος

Το γάλα είναι μία πολύ πλούσια υψηλής θρεπτικής αξίας τροφή. Περιέχει πολλά θρεπτικά συστατικά, μερικά από τα οποία είναι τόσο σπάνια, ώστε δεν υπάρχουν πουθενά αλλού στη φύση. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν, ότι το γάλα έχει σαν προορισμό να χρησιμεύει ως πρώτη, αλλά και μοναδική, τροφή για το νεογέννητο.

Το γάλα συνεχίζει να αποτελεί βασικό τρόφιμο του καθημερινού διαιτολόγιου του ανθρώπου και στη μετέπειτα ζωή του και συχνά καταναλώνεται απο πολύ ευαίσθητες ομάδες του πληθυσμού, όπως παιδιά, έφηβοι, έγκυες, θηλάζουσες μητέρες και ηλικιωμένοι.

Όλα τα υπερπολύτιμα θρεπτικά στοιχεία, που βρίσκονται σε μεγάλες ποσότητες στο γάλα είναι συγχρόνως πολύ ευαίσθητα στις μικροβιακές και χημικές αλλοιώσεις.

Για να φτάνουν αναλλοίωτα στο τραπέζι του καταναλωτή πρέπει, εκτός από τον έλεγχο για την ποιότητα της 1ης ύλης που είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας και ξεκινά από το αγρόκτημα, να εφαρμόζονται οι κατάλληλες επεξεργασίες παραγωγής,

Η ποιότητα του γάλακτος, η επεξεργασία και οι έλεγχοι για την ασφάλεια του είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για την τελική ποιότητα, τη γεύση, τη διατροφική αξία, και την ασφαλή χρήση των γαλακτοκομικών προϊόντων.

Η ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗ, δηλαδή η θερμική επεξεργασία του ΦΡΕΣΚΟΥ ΓΑΛΑΤΟΣ, γίνεται συνήθως σε θερμοκρασία 72 – 73 βαθμών Κελσίου, έτσι ώστε να είναι απολύτως ασφαλές και να κρατά αναλλοίωτα όλα τα θρεπτικά συστατικά και τη φυσική του γεύση.

Το ΓΑΛΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗΣ, το ΑΠΟΣΤΕΙΡΩΜΕΝΟ (U.H.T.), και το ΕΒΑΠΟΡΕ υφίστανται ΥΨΗΛΗ ΘΕΡΜΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ 100 – 145 βαθμών Κελσίου, για μικρή ή μεγάλη χρονική διάρκεια, για να διατηρούνται μεγάλο χρονικό διάστημα εντός ή εκτός ψυγείου. Πιο συγκεκριμένα:

Διατροφικά στοιχεία	Νωπό γάλα	Φρέσκο Γάλα ΕΛΓΑΛ μετά την παστερίωση
Πρωτεΐνες, %	3,2	3,2
Καζεΐνες, %	2,45	2,45
Γαλακτογλοβουλίνη, %	0,260	0,257
Ασβέστιο(mg/100 ml)	120	120
Φώσφορος (mg/100 ml)	95	95
Βιταμίνη Α (μg/100 ml)	37	37
Βιταμίνη C (mg/100 ml)	1,87	1,80
Βιταμίνη B12 (μg/100 ml)	0,47	0,45

Πρωτεΐνες: Οι πρωτεΐνες, ο <αρχιτέκτονας> του οργανισμού μας, αποτελούν το κύριο δομικό στοιχείο των κυττάρων και είναι απαραίτητες σε όλες τις βιολογικές διεργασίες του οργανισμού μας.

Ρυθμίζουν τη σωστή πίεση του αίματος.

Βοηθούν στην αντιμετώπιση του στρες.

Συμβάλλουν στην αμυντική ικανότητα του οργανισμού

Το γάλα έχει μεγάλη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες υψηλής βιολογικής αξίας γεγονός που, σε συνδυασμό με τα άλλα θρεπτικά συστατικά του, το καθιστούν ως την πολυτιμότερη τροφή.

Η β-καζεΐνη, ένα είδος πρωτεΐνης του γάλακτος, είναι ένας πραγματικός <θησαυρός> βιολογικών ιδιοτήτων, που κατά τη διαδικασία της πέψης διασπάται σε μικρότερα κομμάτια, τα πεπτίδια, τα οποία είναι οι κύριοι φορείς των βιολογικών αυτών ιδιοτήτων

Τα πεπτίδια αυτά χωρίζονται σε δυο κατηγορίες:

Στα ανοσοδιεργετικά και καταπραϋντικά πεπτίδια, που ενδιαφέρουν κυρίως τους ενήλικες αφού βοηθούν στην καλύτερη λειτουργία του καρδιαγγειακού συστήματος.

Υδατάνθρακες: Το γάλα είναι το μοναδικό τρόφιμο στη φύση που περιέχει τον υδατάνθρακα λακτόζη. Η λακτόζη αποτελείται από δύο σάκχαρα τη γλυκόζη και τη γαλακτόζη. Αποτελεί όπως όλοι οι υδατάνθρακες πηγή ενέργειας για τον οργανισμό και συναντάται μόνο στα γαλακτοκομικά προϊόντα. Συμβάλλει στην καλύτερη απορρόφηση πολλών ιχνοστοιχείων και κυρίως ψευδαργύρου.

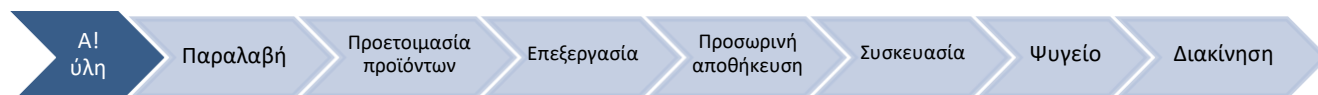
Βιταμίνες: Το γάλα μια θαυμάσια πηγή βιταμινών. Το σημαντικό γεγονός είναι ότι το γάλα περιέχει λιποδιαλυτές και υδροδιαλυτές βιταμίνες. Οι περισσότερες τροφές, όπως π.χ τα λαχανικά και τα φρούτα περιέχουν κυρίως υδροδιαλυτές βιταμίνες, ενώ το λάδι της ελιάς λιποδιαλυτές. Από τις βιταμίνες του γάλακτος, ιδιαίτερη σημασία έχουν οι Α, Β1, Β2, Β12, C, D.

- Η βιταμίνη Α βοηθά στην ανάπτυξη και την όραση.
- Οι βιταμίνες του συμπλέγματος Β είναι σημαντικές για την ανάπτυξη, το νευρικό σύστημα και τον σχηματισμό των ερυθρών αιμοσφαιρίων.
- Η βιταμίνη C είναι απαραίτητη για το σχηματισμό και την ανάπτυξη των ιστών.
- Η βιταμίνη D βοηθά στη δημιουργία ενός γερού σκελετού.

Ασβέστιο: Η κατανάλωση των γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελεί την κύρια πηγή ασβεστίου. Ο οργανισμός μας, σε καθημερινή βάση, λαμβάνει από τις τροφές και χάνει ασβέστιο, στοιχείο που είναι απαραίτητο για τη λειτουργία των κυττάρων και τη δομή του σκελετού. Όταν το ασβέστιο που λαμβάνουμε δεν είναι αρκετό, τότε ο οργανισμός αναγκάζεται να το απορροφήσει από τα οστά. Γι αυτό πρέπει να το αναπληρώνουμε καθημερινά. Η περιεκτικότητα του φρέσκου γάλακτος σε ασβέστιο και η ευκολία με την οποία απορροφάται από τον οργανισμό, βοηθούν:

- Στο <κτίσιμο> του σκελετού και στην προστασία των δοντιών.
- Στην ισορροπία του νευρικού συστήματος.
- Στην εγκεφαλική λειτουργία
- Στη συνεργασία εγκεφάλου και μυών.

14γ. Συνοπτικό διάγραμμα ροής παραγωγικής διαδικασίας



14δ. Σύστημα ποιότητας ΕΛΓΑΛ

Η ΕΛΓΑΛ γνωρίζοντας ότι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων είναι το κλειδί για την ανάπτυξη οποιασδήποτε επιχείρησης, εφαρμόζει, μέσα από τη Διεύθυνση Διασφάλισης Ποιότητας (ΔΔΠ), το πλέον προηγμένο Σύστημα Διαχείρισης της Ποιότητας σε όλους τους τομείς των δραστηριοτήτων της.

Κύριος στόχος αλλά και δέσμευση της Διεύθυνσης Διασφάλισης Ποιότητας είναι όχι μόνο η διατήρηση του υψηλού επιπέδου ποιότητας και ασφάλειας που χαρακτηρίζει όλα τα προϊόντα ΕΛΓΑΛ αλλά και η συνεχής βελτίωση της ποιότητας σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Για να επιτυγχάνει καθημερινά το στόχο αυτό η ΕΛΓΑΛ τηρεί και εφαρμόζει, στο σύνολο των δραστηριοτήτων της, τους αυστηρότερους κανόνες και προδιαγραφές, που σχετίζονται με την επιλογή των πρώτων υλών, τον εξοπλισμό, τις εγκαταστάσεις, την ανάπτυξη, την παραγωγή, τον έλεγχο ποιότητας και της διανομής, όπως αυτοί καθορίζονται από την ευρωπαϊκή και εθνική νομοθεσία. Ακόμα, κάνοντας ένα βήμα περαιτέρω, η Εταιρεία εφαρμόζει, μέσα από την εξέλιξη της δικής της γνώσης, επιπλέον πρότυπα που υπερβαίνουν τις απαιτήσεις και τις προτεινόμενες πρακτικές των αρμόδιων αρχών και φορέων. Παράλληλα, παρακολουθεί συστηματικά τις επιστημονικές εξελίξεις, χρησιμοποιεί επιστημονικές μεθόδους από άρτια καταρτισμένο και έμπειρο σε θέματα ποιότητας επιστημονικό προσωπικό, αξιολογείται, ελέγχει όλα τα δεδομένα και υλοποιεί τις κατάλληλες προληπτικές, αλλά και διορθωτικές, αν χρειαστεί, ενέργειες, οι οποίες διασφαλίζουν την αποτελεσματική διαχείριση της ποιότητας.

Συμμόρφωση με διεθνή πρότυπα διαχείρισης ποιότητας : Ακρογωνιαίος λίθος της φιλοσοφίας της ΕΛΓΑΛ είναι το τρίπτυχο «ποιότητα, ασφάλεια στη διατροφή, πλήρης ικανοποίηση των προσδοκιών καταναλωτών και πελατών». Η σημαντική επιτυχία της ΕΛΓΑΛ όμως έγκειται στο ότι υλοποιεί τη φιλοσοφία αυτή με τρόπο πλήρως εναρμονισμένο με τα διεθνή πρότυπα σε όλες τις εργοστασιακές της μονάδες είναι πλήρως εναρμονισμένη με τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της ποιότητας (σειρά ISO 9001) και ασφάλειας των τροφίμων (ISO 22000) και τη φιλοσοφία των αρχών της Ολικής Ποιότητας.

Η ΕΛΓΑΛ εφαρμόζει, στο εργοστάσιο της διάφορα συστήματα ποιότητας όπως:

Σύστημα Διαχείρισης της Ασφάλειας Τροφίμων (ΕΛΟΤ EN ISO 22000)

Σύστημα Υγιεινής και Ασφάλειας Τροφίμων (Consolidated Standards for Inspection:

 Prerequisite and Food Safety Programs της AIB International)

 BRC – Global Standards for Food Safety

Σύστημα Διαχείρισης της Ποιότητας (ΕΛΟΤ EN ISO 9001)

 Σύστημα Διαχείρισης της Υγείας και της Ασφάλειας στην Εργασία (ΕΛΟΤ 1801)

 Σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΕΛΟΤ 14001)

 **Θέσπιση & τήρηση αυστηρών διαδικασιών διασφάλισης ποιότητας** Τόσο στη διατήρηση, όσο και στη συνεχή βελτίωση των υψηλών ποιοτικών προτύπων που έχουν θεσπιστεί από τη ΕΛΓΑΛ, καίριο και καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η Διεύθυνση Διασφάλισης Ποιότητας η οποία:

✓ Διαθέτει Νομοθετικό τμήμα το οποίο διασφαλίζει ότι η ΕΛΓΑΛ στους τομείς Ποιότητας και Ασφάλειας των Τροφίμων, Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Υγείας και

Ασφάλειας στην Εργασία (ΥΑΕ), είναι πάντα ενημερωμένη και εναρμονισμένη με τις Ευρωπαϊκές και Εθνικές νομοθετικές και άλλες απαιτήσεις. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω:

του έγκυρου και έγκαιρου εντοπισμού και πρόσβασης των απαιτήσεων αυτών

της οργάνωσης και ταξινόμησης τους

της ενημέρωσης των αρμοδίων Διευθύνσεων της Εταιρίας για τις υποχρεώσεις που απορρέουν.

Πραγματοποιεί εσωτερικές επιθεωρήσεις σε όλα τα εργοστάσια στο πλαίσιο επαλήθευσης των Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας και Ασφάλειας Τροφίμων [ISO 9001 και ISO 22000 (HACCP)], Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Υγείας και Ασφάλειας στην Εργασία. Στο πλαίσιο αυτής της λειτουργίας, η ΔΔΠ έχει και το συντονισμό εφαρμογής των προτύπων υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων (της AIB International), καθώς και την εφαρμογή άλλων προτύπων όπως BRC κ.λπ. στα εργοστάσια (ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε εργοστασίου). Πιο συγκεκριμένα, η ΔΔΠ ενημερώνεται και ενημερώνει στη συνέχεια όλους τους εμπλεκόμενους, για τις απαιτήσεις των προτύπων, παρακολουθεί την εφαρμογή των απαιτήσεων αυτών μέσω τακτικών επιθεωρήσεων και τέλος προγραμματίζει τις επίσημες επιθεωρήσεις από τους φορείς που έρχονται να ελέγξουν και να πιστοποιήσουν τα εργοστάσια. Είναι επίσης υπεύθυνη για την υιοθέτηση και υλοποίηση των απαραίτητων διορθωτικών ενεργειών με στόχο πάντα την εναρμόνιση και συμμόρφωση του εργοστασίου με τα επιθυμητά πρότυπα.

Παράλληλα, συντονίζει τις επιθεωρήσεις των Συστημάτων Διαχείρισης [ISO 9001, ISO 22000 (HACCP), ISO 14001, ΕΛΟΤ 1801] του εργοστασίου από εξωτερικούς φορείς και παρουσιάζει τα συγκεκριμένα Συστήματα, εκπροσωπώντας το σύνολο των εμπλεκόμενων Διευθύνσεων του Εργοστασίου.

- ✓ Εκπονεί, σε συνεργασία με τις εμπλεκόμενες ομάδες εργασίας, μελέτες των Συστημάτων Διαχείρισης (Μελέτες Επικινδυνότητας – HACCP, Περιβαλλοντικές Μελέτες και Εκτιμήσεις Επαγγελματικού Κινδύνου) των Εργοστασίων.
- ✓ Σύστημα ασφάλειας τροφίμων HACCP: πρόκειται για μία μελέτη επικινδυνότητας η οποία περιλαμβάνει την αναγνώριση, αξιολόγηση και έλεγχο των κινδύνων που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων (φυσικοί, μικροβιολογικοί, χημικοί, βιολογικοί). Αποσκοπεί στην πρόληψη και επίτευξη της ασφάλειας των παραγόμενων τροφίμων, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του προτύπου ΕΛΟΤ EN 22000 και της νομοθεσίας με απώτερο σκοπό τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων.
- ✓ Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης: παρέχει το πλαίσιο για τη συστηματική αναγνώριση, αξιολόγηση και διαχείριση των περιβαλλοντικών πλευρών των δραστηριοτήτων, προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρείας με στόχο τη μείωση της επίδρασης της στο περιβάλλον, τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις, τη συνεχή βελτίωση και τη πρόληψη της ρύπανσης.
- ✓ Σύστημα Υγείας και Ασφάλειας στην Εργασία: περιλαμβάνει ένα συστηματικό τρόπο αναγνώρισης και αξιολόγησης των κινδύνων για την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία, και αποσκοπεί στη διασφάλιση της προστασίας της ζωής και της σωματικής και ψυχικής υγείας των εργαζομένων, στη μείωση της επικινδυνότητας στους χώρους της εταιρείας και στη βελτίωση της συνολικής επίδοσης.

- ✓ Διαχειρίζεται τα συμβόλαια ποιότητας με τους προμηθευτές και πραγματοποιεί επιθεωρήσεις αξιολόγησης στις εγκαταστάσεις των προμηθευτών υλών και υλικών.
- ✓ Παρακολουθεί τους εσωτερικούς δείκτες ποιότητας, που έχουν οριστεί από την ίδια την εταιρεία και που συνδέονται με τη μέτρηση, την αξιολόγηση και την ανασκόπηση όλων των δραστηριοτήτων που εμπλέκονται στην παραγωγή και τον έλεγχο ενός προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων και των προσφερόμενων υπηρεσιών στον πελάτη. Από την παρακολούθηση αυτών των δεικτών προκύπτουν οι απαραίτητες διορθωτικές ενέργειες ώστε να τηρείται η στρατηγική της εταιρίας σε σχέση με την ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων ΕΛΓΑΛ.
- ✓ Διοργανώνει εσωτερικά προγράμματα εκπαίδευσης του προσωπικού του εργοστασίου και του προσωπικού του Κέντρου Ενημέρωσης ΕΛΓΑΛ σε θέματα ποιότητας, υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων και ειδικότερα Ορθών Παραγωγικών Πρακτικών (GMP), Ορθών Πρακτικών Υγιεινής (GHP), νομοθεσίας, βασικών αρχών μικροβιολογίας, περιβαλλοντικής διαχείρισης, ασφάλειας και υγείας στην εργασία.
- ✓ Πραγματοποιεί ασκήσεις ελέγχου των εσωτερικών διαδικασιών ιχνηλασιμότητας, καθώς και προσομοιώσεις ανακλήσεων παρτίδων τελικών προϊόντων, επιβεβαιώνοντας με αυτόν τον τρόπο την ικανότητα να γνωρίζουμε, ανά πάσα στιγμή, την προέλευση των συστατικών κάθε παρτίδας τελικού προϊόντος, αλλά και την πορεία κάθε τεμαχίου από το εργοστάσιο παραγωγής στο ράφι του σημείου λιανικής πώλησης.
- ✓ Διαθέτει Εργαστήριο Μοριακής Μικροβιολογίας, το οποίο είναι και το μοναδικό σε γαλακτοβιομηχανία στην Ελλάδα. Το εργαστήριο αυτό αναπτύσσει και εφαρμόζει καινοτόμες μεθόδους μοριακής μικροβιολογίας στα εργοστάσια του κλάδου, με στόχο τη βελτίωση της μικροβιολογικής ασφάλειας των προϊόντων. Επίσης, αναλύονται σε ελάχιστο χρόνο, με την χρήση μηχανημάτων τελευταίας τεχνολογίας, παρτίδες προϊόντων για εντοπισμό μικροβιολογικών εκτροπών, μείωση καταστροφών, μείωση παραπόνων. Πραγματοποιούνται με ταχείες μεθόδους ταυτοποιήσεις μικροοργανισμών σε επίπεδο είδους, δημιουργώντας έτσι μια μοναδική τράπεζα με μικροσκοπικές φωτογραφίες μικροοργανισμών όλων των κατηγοριών καθώς και ταυτοποιήσεις εντόμων με τεχνολογία DNA. Επιπλέον, αναλύονται δεκάδες δείγματα για παρουσία/απουσία γενετικά τροποποιημένων οργανισμών, εξασφαλίζοντας απουσία σε όλα τα στάδια από τη ζωοτροφή έως το τελικό προϊόν. Το προσωπικό του εργαστηρίου συμμετέχει σε επιστημονικά προγράμματα, μαζί με την πανεπιστημιακή κοινότητα, εξασφαλίζοντας τεχνογνωσία και καινοτομία για την εταιρεία, η οποία και μεταφέρεται στα στελέχη των Ποιοτικών Ελέγχων του εργοστασίου αλλά και στους υπόλοιπους εργαζομένους μέσω τακτικών εκπαιδεύσεων. Μεγάλη σπουδαιότητα δίνεται και στη βασική έρευνα δημιουργώντας νέα γνώση στο χώρο της επιστήμης τροφίμων η οποία και δημοσιεύεται σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά και παρουσιάζεται σε ελληνικά και παγκόσμια συνέδρια.

14ε. Πιστοποιητικό ποιότητας ΕΛΓΑΛ- πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 22000

Το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 22000 είναι ένα διεθνώς εφαρμοζόμενο πρότυπο, το οποίο καθορίζει τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού Συστήματος Διαχείρισης Ασφάλειας των Τροφίμων. Το ΕΛΟΤ EN ISO 22000 μπορεί να εφαρμοστεί από οποιονδήποτε οργανισμό εμπλέκεται άμεσα ή έμμεσα στην αλυσίδα τροφίμων, είτε πρόκειται για οργανισμό που παράγει, επεξεργάζεται ή διαθέτει τρόφιμα ή ζωοτροφές, είτε πρόκειται για οργανισμό που παράγει υλικά ή εξοπλισμό που έρχεται σε επαφή με τρόφιμα ή παρέχει υπηρεσίες σε επιχειρήσεις τροφίμων. Παρακάτω απεικονίζεται το συγκεκριμένο πιστοποιητικό της επιχείρησής μας ένα από τα πολλά που τηρούνται από την εταιρεία μας και αναφέρθηκαν παραπάνω.



ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ (HACCP)

Αριθμ. 08.13/14

Ο ΕΛΟΤ πιστοποιεί ότι το Σύστημα Διαχείρισης της Επιχείρησης:

ΕΛΓΑΛ Α.Ε - ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

αναφορικά με τις παρακάτω δραστηριότητες :

Παραγωγή και διανομή γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων

οι οποίες εφαρμόζονται στην ακόλουθη θέση :

55ο χλμ. Εθνικής Οδού Αθηνών-Λαμίας - Οινόφυτα ΒΟΙΩΤΙΑΣ

αξιολογήθηκε και είναι σύμφωνο με:

ΕΛΟΤ EN ISO 22000:2005

Το παρόν Πιστοποιητικό χορηγείται σύμφωνα με το Γενικό Κανονισμό Αξιολόγησης και Πιστοποίησης Συστημάτων Διαχείρισης του ΕΛΟΤ, διέπεται από τους όρους της αντίστοιχης σύμβασης μεταξύ του ΕΛΟΤ και της Επιχείρησης και ισχύει ως : **31/12/2014**

Αθήνα, 17/12/2007

N. Συμφέρης
Διευθύνων Σύμβουλος

Αρχική Έκδοση: 2001-12-17
Τροποποίηση 1: 2004-12-17
Τροποποίηση 2: 2006-11-21
Τροποποίηση 3: 2007-12-17

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ Α.Ε.
Λαζαράων 313, 111 45, Αθήνα





Πηγές πληροφόρησης



http://www.vivartia.com/?page_id=648



<http://greece.fage.eu/>



http://www.dodoni.eu/page/protogeneis_ules



<http://www.olympus.gr/etairiki-koinoniki-eithini/>



<http://www.neogal.gr/>



<http://www.mevgal.gr/frontend/index.php>



<http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/412/1/mylwna.pdf>



[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%93%CE%AC%CE%BB%](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%93%CE%AC%CE%BB%CE%B1)

[CE%B1](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%93%CE%AC%CE%BB%CE%B1)



<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26519&subid=2&pubid=113087658>



http://www.evoleasvolou.gr/faq_agrotiki_paragogi_oikonomia.php



http://users.sch.gr/daousis/project_2013_gala_lampeia.pdf



<http://www.dairyco.org.uk/market-information/supply-production/milk-production/world-milk-production/#.UsBaJvRdXz4>



<http://users.sch.gr/babaroutsoup/diatrofi/trofes/trofimamain4.htm>



<http://www.monochrom.gr/UserFiles/parliarou.pdf>



<http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/1029/1/galatoulas.pdf>



<http://www.pagonisdairy.gr/el/6/%CE%A0%CE%BF%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1>



http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/3134/Koufopoulou_Mouselimi.pdf?sequence=2



<http://www.webnode.gr/>



[http://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%94%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1_\(Social_Networks\)_%CF%83%CE%B5_%CE%BC%CE%B9%CE%B1_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7.%CE%97_%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CF%80%CF%84%CF%89%CF%83%CE%B7_%CF%84%CE%BF%CF%85_FaceBook](http://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%94%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1_(Social_Networks)_%CF%83%CE%B5_%CE%BC%CE%B9%CE%B1_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7.%CE%97_%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CF%80%CF%84%CF%89%CF%83%CE%B7_%CF%84%CE%BF%CF%85_FaceBook)



<http://www.timimas.gr/katigoria/gala-fresko/page/2/>